

Inbreng bij ronde tafelgesprek van de Tweede Kamer over de marktdominantie van internet- en technologiebedrijven

Hieronder volgen enkele observaties over zulke bedrijven, de impact van die bedrijven op de vrijheid van de gebruiker en enkele suggesties voor oplossingsrichtingen. We bespreken de dominantie van deze bedrijven vooral in het licht van de vrijheid van meningsuiting, maar de problematiek is uiteraard veel breder.

Enkele observaties

1. Steeds meer van onze sociale interacties worden geïntermedieerd door internationaal opererende Amerikaanse aanbieders, die bovendien vaak met één enkele dienst een groot aantal maatschappelijke functies vervult.

Hoewel Facebook's dienst een sociale netwerk is, vervult de dienst talloze rollen die voorheen vaak bij een grote verscheidenheid aan aanbieders waren ondergebracht. Facebook wordt gebruikt om in contact te blijven met naaste familieleden, maar ook om van gedachten te wisselen met grote groepen gelijkgestemden. Voor bedrijven is datzelfde sociale netwerk een kanaal voor contact met klanten terwijl belangenorganisaties gebruiken Facebook voor het activeren van de achterban. Activisten gebruiken het als plaats van overleg. De dienst is een samenvoeging van verschillende soorten sociale functies (openbaar én afgeschermd, grote én kleine groepen mensen, etc, en dat wereldwijd). Al die functies worden gereguleerd op basis van één en hetzelfde ethische kader, beleid en gebruiksvoorwaarden.

Datzelfde geldt ook voor de diensten van andere aanbieders. Amazon bijvoorbeeld, is zowel een webwinkel als een marktplaats.

2. Er is een groot gebrek aan variëteit van aanbieders van soortgelijke diensten, waardoor de gebruiker weinig te kiezen heeft.

Vergelijk het met de krant van vroeger. Sommige mensen waren tevreden met een abonnement op Trouw, anderen voelden zich meer thuis bij de Telegraaf. Elk deed verslag van dezelfde ontwikkelingen, maar elk maar elk met een eigen keuze van onderwerpen, de invalshoek en de uitwerking. En waar de redactie van de Telegraaf een bepaald beeld wél op de voorpagina zette, maakt een andere redactie een andere keuze. Die keuze ontbreekt in ons huidige mediavoorzieningslandschap. Gebruikers hebben niet veel te kiezen, er is geen serieus alternatief voor Twitter of Facebook.

Alternatieven voor diensten als Facebook en Twitter hebben een bijna onmogelijke opdracht om aan de macht van de gevestigde aanbieders te tornen. Als er al een serieuze concurrent opstaat, wordt deze dienst snel opgekocht.

3. De belangen van deze aanbieders zijn zelden in lijn met de belangen van de gebruikers.

Het bedrijfsmodel van dit soort bedrijven: met machine learning en data science analyseren van grote hoeveelheden gegevens over het gedrag van gebruikers om daarmee toekomstig gedrag te voorspellen. Die voorspellingen kunnen vervolgens verkocht worden, bijvoorbeeld ten behoeve van advertenties. Dat betekent dat deze bedrijven een belang hebben bij het verzamelen van zo veel mogelijk gegevens over gebruikers, zoals hun netwerk van vrienden en kennissen, levensfase en gedrag. Zulke gegevensverzamelingen en systemen maken het ook mogelijk om het gedrag van mensen te sturen. Dit belang en de uitwerking ervan is niet transparant.

Om zoveel mogelijk gegevens te kunnen verzamelen verleiden zulke platformen de gebruiker te tot maximale interactie op hun platform. Daartoe selecteren algoritmen vooral die informatie die de aandacht van de gebruiker vast kan houden. Om de interactie te vergroten tonen platforms informatie waarover gebruiker zich kunnen opwinden, bijvoorbeeld, door ergens boos over te zijn. Dat zorgt voor shares en likes. Ook dat is niet transparant.

Hier zijn enkele concrete voorbeelden. Het doodschieten van een zwarte jongeman door een blanke agent in Ferguson in 2014 was direct trending op Twitter, maar het duurde 24 uur voor het nieuws erover in de timeline van Facebook-gebruikers zichtbaar was. Waarom? Dat weet niemand. En waarom geeft Google Maps je een route linksom in plaats van rechtsom? Is dat een gevolg van het stratenpatroon in combinatie met het algoritme? Of heeft Google in de gaten dat die andere route veel drukker en dus langzamer is? Of hebben de omwonenden Google betaald om hun straat te ontzien?

De impact van de enorme macht van deze aanbieders

4. Deze aanbieders domineren ons wereldbeeld – en daarmee onze wereld. En eerlijk is eerlijk, door haar omvang kán een platform als Facebook het ook nooit goed doen. Er zijn altijd wel grote groepen gebruikers het oneens met een beslissing van het platform.

Bijna een jaar geleden zette een Amerikaan live de beelden van een moord die hij pleegde op Facebook. Dat platform bepaalt vervolgens of wij die schokkende beelden te zien krijgen. Dat is een vraag zonder een pasklaar antwoord. Maar misschien nog fundamenteeler is de vraag: wie bepaalt dat?

De huidige monocultuur maakt dat de gebruiker niets te kiezen heeft. Vergelijk dat weer met de krant van vroeger. Sommige mensen waren tevreden met een abonnement op Trouw, anderen voelden zich meer thuis bij de Telegraaf. En waar de redactie van die laatste misschien een bepaald beeld wél op de voorpagina zette, maakt een andere redactie een andere keuze. Maar hoe dat je dat met een commercieel en internationaal opererend bedrijf met de normen en waarden-set van de Verenigde Staten?

5. De inperking van de vrijheid van meningsuiting gaat niet alleen om informatie die geblokkeerd wordt, maar ook om groepen gebruikers die zich onveilig voelen en daardoor in het geheel geen platform hebben.

In het kader van de vrijheid van meningsuiting wordt vaak alleen gekeken naar de informatie die wordt geweigerd door platformen als Facebook. Daarmee negeren we alle uitingen die het platform al niet eens halen. Niemand zal nog de moeite nemen om de seksuele moraal bespreekbaar te maken omdat je al weet dat die discussie geblokkeerd zal worden. Datzelfde geldt voor hen die zich in zijn geheel niet op hun gemak voelen op een platform als Facebook. Hele groepen gebruikers worden daarmee buitengesloten.

6. De macht van deze intermediairs heeft bovendien grote maatschappelijke en sociale impact.

De grote platformen tonen nauwelijks écht schokkende berichten. Geen filmpjes van onthoofdingen, geen *dick pics*, geen foto's van seksueel misbruik van kinderen. Om er voor te zorgen dat de gebruiker niet geconfronteerd wordt met een shockerende timeline, hebben zulke bedrijven de moderatie van hun platform uitbesteed aan mensen in lage lonen-landen. Elke moderator beoordeelt iedere werkdag 25.000 (!) afbeeldingen, beelden die door een gebruiker "gerapporteerd" zijn. Dat uitbesteden is niet alleen goedkoper, maar zorgt er ook voor dat deze mensen niet op de loonlijst van de platformen staan, niet zichtbaar zijn voor de gebruikers in de Westerse wereld en gedwongen kunnen worden te werken met een lager beschermingsniveau van arbeidsomstandigheden. De consequenties zijn enorm, onder meer voor de psychologische gezondheid van de moderatoren.

Daarnaast kan zo'n platform, bedoeld of onbedoeld, impact hebben op onze democratische processen, bijvoorbeeld door de opkomst naar de stembus of de emoties van de kiezer te beïnvloeden. Die sociale effecten zijn ook op andere manieren zichtbaar. Bedrijven als Uber zorgen ervoor dat de rol en bescherming van de traditionele werknemer onder druk komt te staan omdat deze bedrijven ervoor kiezen alle risico van werknemers af te wimpelen op de werknemers zelf.

Wat we hiermee moeten

7. In zijn algemeenheid geldt voor Bits of Freedom: naarmate de marktmacht van zo'n platform groeit, moet het belang van de vrijheid van meningsuiting steeds zwaarder wegen ten opzichte van het belang van ondernemersvrijheid.

Hoe schokkend sommige beelden ook zijn, ze zijn wel een reflectie van de keiharde realiteit van onze wereld. Zulke beelden moeten soms gezien worden, want ze zijn medebepalend voor onze toekomst. Denk maar aan de iconische foto van het vluchtende Vietnamese meisje, nadat haar dorp is geraakt door een napalmbom. Het uploaden van dat beeld wordt met enige regelmaat geblokkeerd door Facebook "because it involves genitals and minors." Als die foto niet op ons netvlies was gebrand, hadden we een heel ander beeld gehad bij de oorlog in Vietnam. Over het blokkeren van dat beeld ontstaat wel ophef, maar wat over de schokkende beelden die nu gemaakt worden? Hebben die wel een kans op iconisch te worden en impact te hebben op onze toekomst?

8. Meer diversiteit in het aanbod en aanbieders van diensten is wenselijk, want dat verkleint de negatieve impact op de vrijheid van gebruikers. Geef gebruikers iets te kiezen, in plaats van iets te klagen.

Natuurlijk bepaalde ook de krant voor de lezer wat er op de voorpagina staat en dus als eerste onder de aandacht komt. Maar door een grotere variatie had de gebruiker wel wat te kiezen: kies ik voor de Christelijke insteek van het Trouw, het sensationelere Telegraaf of voor de Amerikaanse blik van The New York Times? En als zo'n redactie al een controversiële keuze maakte, dan was de redactie aanspreekbaar. Die kranten zijn al dan niet ook toegankelijk via een platform als Facebook, maar dat moet dan wel op de voorwaarden van Facebook én kan Facebook daarbij bepalen of het nieuws van de kranten in beeld komt of niet. Begin dit jaar kondigde Facebook bijvoorbeeld aan het nieuws van kranten minder prominent in beeld te brengen.

9. Maar het doorberekenen van die macht is een bijna onmogelijke uitdaging: veel diensten worden groot door analyse van gegevens over en van gebruikers. Zonder gebruikers geen informatie en zonder die informatie geen gebruikers. Als er dan toch een innovatieve dienst een serieuze bedreiging vormt, dan wordt deze snel opgekocht.

Google's zoekmachine wordt beter naarmate meer mensen de machine gebruiken. En naarmate de zoekmachine betere resultaten levert, willen meer mensen alleen nog maar die zoekmachine gebruiken. Met een nieuwe zoekmachine een serieus marktaandeel verwerven is daardoor vrijwel onmogelijk. Dit soort netwerkeffecten spelen ook bij sociale netwerken: niemand stapt helemaal alleen over naar een nieuw netwerk. Met z'n allen ineens overstappen is niet realistisch – en lost bovendien het onderliggende probleem niet op. En omdat Facebook's eigen chat-app niet succesvol was, werd WhatsApp gekocht.

10. Daarom moeten mededingingsautoriteiten grenzen stellen aan het verzamelen van gegevens over gebruikers en het delen van die gegevens tussen verschillende eigen diensten, interoperabiliteit afdwingen en een stokje steken voor acquisities waarmee bedrijven nog groter kunnen worden.

Veel van de macht van de grote internetgiganten ontstaan door een accumulatie van gegevens over het gedrag van mensen. Het doorbreken van deze macht vereist het stellen van grenzen aan het verzamelen en gebruik van die gegevens.