

## The Public Interest vs. Big Tech

Tijdens vier bijeenkomsten kwamen maatschappelijke organisaties in Nederland, op het gebied van vrouwenrechten, klimaatverandering, antiracisme, migratie en ongedocumenteerden, bij elkaar. Deze bijeenkomsten werden gefaciliteerd door Bits of Freedom en PILP.

Aan de hand van de sessies wilden we onderzoeken of en in hoeverre de vrijheid van maatschappelijke organisaties structureel belemmerd wordt door grote online platformen. Tijdens de sessies vergaarden we informatie bij de maatschappelijke organisaties over hun ervaringen met (Big Tech) platformen. We boden de organisaties ook handvatten om meer grip te krijgen op de platformen die zij gebruiken voor hun werk. Twee vragen stonden centraal:

- Welke (Big Tech) platformen gebruiken maatschappelijke organisaties en voor welke interne en externe doeleinden?
- Wat zijn de ervaringen van maatschappelijke organisaties met (Big Tech) platformen?

## Ervaringen met platformen

Maatschappelijke organisaties maken gebruik van online platformen, waaronder Big Tech platformen, voor zowel interne als externe communicatie. Zo wordt er onder meer gebruik gemaakt van platformen en diensten van Google, Meta en Microsoft. We sommen een aantal gemeenschappelijke ervaringen van organisaties met grote platformen op.

### 1. Afhankelijkheid

Maatschappelijke organisaties geven aan een zekere mate van afhankelijkheid van Big Tech platformen te ervaren. Zij geven aan dat het lastig is om geen gebruik te maken van Big Tech door die afhankelijkheid. Organisaties zijn bijvoorbeeld afhankelijk van online platformen om hun doelgroep te bereiken. Ook is de overstap naar alternatieve platformen vaak geen optie. Alternatieve platformen zijn volgens organisaties minder bekend en ingewikkeld om te gebruiken. Organisaties kunnen niet altijd gebruik maken van alternatieve platformen, omdat hun doelgroep hier vaak geen gebruik van maakt, bijvoorbeeld in het geval van encrypted mailen.

### 2. Aanbevelingssystemen

Aanbevelingssystemen zijn de algoritmen die op platformen bepalen welke content en in welke volgorde aan gebruikers getoond wordt. Maatschappelijke organisaties ondervinden moeilijkheden met zulke aanbevelingssystemen op platformen op verschillende manieren:

- Aanbevelingssystemen hebben invloed op het bereik van de organisatie, omdat deze bepalen of, hoe vaak en aan wie de content die de organisaties plaatsen getoond wordt.
- Ook de content die aan de organisatie wordt getoond is onderhevig aan de aanbevelingssystemen. Maatschappelijke organisaties deelden bijvoorbeeld dat ze op online platforms met name organisaties zien in hun aanbevelingen, die actief zijn op hetzelfde ge-

bied. Dit heeft onder meer invloed op het netwerk dat deze organisaties kunnen opbouwen.

- Ook deelden maatschappelijke organisaties dat ze problemen ervaren door de informatie die over activisten of over hun organisatie gevonden kan worden via de zoekmachine van Google. Zij ervaren dat negatieve berichtgeving bovenaan in de zoekresultaten te vinden is.

### 3. Contentmoderatie

Platformen bepalen wat er gebeurt met accounts en content die niet in lijn met hun beleid zijn. Organisaties voelen zich vaak belemmerd door dit contentmoderatie beleid van platformen:

- Maatschappelijke organisaties krijgen bijvoorbeeld te maken met een geblokkeerd, opgeschort of verwijderd **account** op een online platform. Hierbij wordt de reden tot dergelijke maatregelen niet duidelijk gemotiveerd. De online zichtbaarheid van platformen, en daarmee hun werkzaamheden, worden belemmerd door een verwijderd of minder zichtbaar account. Dit gebeurt volgens de organisaties onder andere op voor hen cruciale momenten.
- Content wordt **verwijderd** van platformen, omdat het in strijd is met de algemene voorwaarden. Nadere motivering van de platformen ontbreekt. Maatschappelijke organisaties merkten dat berichten waarin verslag wordt gedaan van een recente gebeurtenis of berichten waarin educatieve inhoud wordt gedeeld, worden verwijderd door platformen.
- Berichten worden **gerapporteerd door derden**, als content die niet in lijn is met het beleid van een platform. Organisaties vermoeden dat hun content wordt gerapporteerd door mensen die hun communicatie willen belemmeren. Zij merken dat platformen deze berichten sneller verwijderen, omdat er in grote getallen wordt gerapporteerd. Overigens gaat het platform niet in alle gevallen over tot verwijdering.
- Organisaties ervaren **beperkingen in bereik** van hun accounts op online platformen. Een aantal organisaties hebben hier een melding van gekregen en bij andere organisaties berust dit op een vermoeden. Dit kan de werkzaamheden van organisaties belemmeren en met name als dergelijke maatregelen genomen worden in cruciale periodes.
- Maatschappelijke organisaties merken dat sommige **advertenties** die zij willen plaatsen op platformen niet worden geaccepteerd, vanwege gemeente strijd met de algemene voorwaarden van het platform. Hierbij wordt echter geen nadere motivering gegeven door deze platformen.

### 4. Haat op platformen

Medewerkers van maatschappelijke organisaties hebben last van haat op platformen, door haatreacties, *hate speech* en bedreigingen op sociale media. Maar bijvoorbeeld ook via de mail van de organisatie of activisten. Dit roept vragen op bij organisaties over hoe ze dienen te

navigeren op een platform in het geval van haatreacties. Veel organisaties zien geen andere oplossing dan zichzelf censureren om hun medewerkers te beschermen tegen mogelijke haatreacties en bedreigingen. Ze zijn extra voorzichtig in de manier waarop ze zichzelf uiten. Een aantal maatschappelijke organisaties geven echter aan zichzelf juist bewust niet te censureren, omdat het niet past bij hun werkzaamheden.

## 5. Overige

- Om een zo groot mogelijk publiek te bereiken, gedragen medewerkers van maatschappelijke organisaties gedragen zich vaak bewust anders op sociale media. Ze passen zich aan aan wat “werkt” op een platform.
- Bedrijven of personen die een account hebben op sociale media platformen, hebben de mogelijkheid om derden, waaronder organisaties, te blokkeren of te verbergen. In het licht van de doelen van maatschappelijke organisaties, willen zij juist deze bedrijven of personen aanspreken. Dit kunnen zij niet doen, door die bedrijven bijvoorbeeld te taggen, wanneer zij zijn geblokkeerd.
- Maatschappelijke organisaties ervaren relatief lage betrokkenheid bij berichten met een educatieve inhoud of politieke inhoud. Extreme content bereikt volgens hen wel meer mensen. Dit maakt het lastiger voor organisaties om mensen te bereiken, zonder extreme content te plaatsen. Hierdoor kiezen sommigen organisaties ervoor om minder berichten te plaatsen op bepaalde platformen.

## Conclusie

Het gebruik van platformen door maatschappelijke organisaties heeft gevolgen voor hun vrijheid. Organisaties zijn afhankelijk van grote platformen, onderhevig aan aanbevelingssystemen en contentmoderatie beleid en hebben last van haat.