

Privacy

foto: Grazia Victoria

Waar

liggen de grenzen in Technologie en Marketing?

Internet speelt een steeds prominenter rol in onze samenleving: er wordt massaal online naar vacatures gezocht en gereageerd, in één oogopslag kunnen we zien hoe interessant het is om bijvoorbeeld een half jaar in Nieuw Zeeland te gaan werken, wat het klimaat daar is en uit welke overvloed in vacatures we kunnen kiezen. We kunnen alle mogelijke informatie opzoeken en online vrijelijk reageren. Iedereen denkt "veilig" te internetten, maar dankzij opkomende technologieën die worden ingezet voor marketingdoeleinden, worden al je surfgegevens opgeslagen. Dataopslag kan handig zijn, maar zijn we ons wel bewust van de risico's?

door Viola van Alphen

Veel bedrijven spelen in op de nieuwe mogelijkheden die het internet ons biedt en vullen hun website met interactieve content. Bedrijven merken dat het goed werkt om klanten te verwelkomen met persoonlijke welkomspagina's en dat het rendabel is om consumenten op maat gesneden aanbiedingen te kunnen. Wie kent de aanbiedingen van Amazon niet? "Mensen die dit kochten, kochten ook..." of "uw persoonlijke aanraders..."

Google is een bedrijf dat slim gebruik maakt van de waarde van gegevens van consumenten. Google wordt ook wel een reclamebureau met een zoekmachine genoemd: het slaat je zoekresultaten op, gekoppeld aan je IP-adres. Men kan op deze manier iemands zoekgedrag van jaren geleden terugzien, nagaan waarin iemand geïnteresseerd was en

waar deze persoon mee bezig was. Bij de eigenaars van een Google-mail account (Gmail), kent het bedrijf ook de identiteit van de gebruikers

Maar Google heeft niet alleen een zoekmachine en email: Google's AdSense is een programma dat reclamebanners levert aan websites. Wanneer iemand op een dergelijke reclame klikt, verdient de webmaster van die website geld. AdSense herkent IP-adressen uit de grote Google databank en zorgt voor een persoonlijk toegespitste reclame. Is het je ooit opgevallen dat als je een (hotmail of Gmail) mailtje krijgt met het woord "investment" erin, er dan op de banners van de sites die je bezoekt, ineens veel meer "investeer-nu" banners prijken?

Als het internet, zoals nu het geval is, overspoeld dreigt te raken met commerciële belangen en

zoekmachines als Google die niet meer op de accurateheid van informatie zoeken, maar op populariteit, krijgen we dan niet een verstoorde waarheid? Hoeveel journalisten varen niet blind op de informatie die Google ze voorschotelt?

Welk beeld hebben de Chinezen van de wereld als ze een internet te zien krijgen dat gecensureerd wordt door Google, zonder dat dit merkbaar is tijdens het gebruik hiervan?

Elke internet provider in Nederland is tegenwoordig verplicht om alle gegevens een paar jaar te bewaren en beschikbaar te houden voor inzage door de overheid. De opkomst van gratis internet werd gefinancierd door het verkopen van de consumentengegevens aan commerciële partijen. XS4ALL adverteerde destijds grootschalig dat zij een van



de weinigen waren die niet de gegevens van hun klanten doorverkochten.

Wordt internet nu dan misbruikt voor marketing-doeleinden? 'Grensbewaker' Rop Gonggrijp, oprichter van Hack-tic en XS4ALL maakt zich ernstige zorgen. Volgens hem is het belangrijk dat internet-gebruikers zich realiseren hoe weinig anonimiteit en privacy er nog overblijft in de nieuwe samenleving waar we nu naar toe gaan.

"We gaan nu naar een systeem waarin van iedereen alles permanent wordt bijgehouden. En dat vind ik beklemmend en bedreigend. Je komt in een situatie terecht waarin degenen die de macht hebben over die databanken, feitelijk ook de macht hebben in Nederland. En op dit moment lijkt dat misschien niet bedreigend, maar die infrastructuur gaat niet meer weg."

Veel mensen weten niet dat elke moderne kleurenprinter zijn serienummer print in gele stipjes op een stukje lichtgeprint papier, zodat altijd te achterhalen valt wie die print gemaakt heeft. Momenteel wordt dit al dankbaar gebruikt om mensen op te sporen.

Dit is iets waar ze vroeger in de DDR alleen maar van konden dromen. Vroeger waren er hele lijsten van elk type typemachine, om de afzender te kunnen lokaliseren. Wij hebben daar vroeger om gelachen, de controledrang van het ministerie van StaatsSicherheit en nu bouwen we het zelf.

En wat zegt HP of Epson of welke printerfabrikant dan ook, als de Chinese overheid vraagt wie een bepaald stuk papier geprint heeft, ze willen de Chinese markt niet kwijt. Dit houdt in dat je een techniek hebt ontwikkeld, waarmee iemand die een vluchtschrift tegen de overheid heeft geschreven, in de bak belandt.

Willen wij al deze technieken wel hebben, willen we de infrastructuur wel hebben, wanneer er zulk misbruik mogelijk is? Willen we wel camera's boven alle snelwegen? Willen we wel een OV-chipkaart die niet anoniem te verkrijgen is? Waarom? Zodat je de reiziger op maat gesneden aanbiedingen kunt voorschotelen, zeggen de vervoersbedrijven.

Wil je wel dat van iedereen bekend is: die ging op dat moment van A naar B?

Je gaat er vanuit dat de overheid van nu tot in de eeuwigheid volstrekt betrouwbaar is, dat de belangen van de overheid en de bevolking elkaar volkomen overlappen. En dat we in noodgevallen altijd van de regering afkunnen. En zo niet, dan willen we deze technieken echt niet hebben.

Gonggrijp is blijkbaar erg bezorgd over de privacy aspecten van het internet. Gelukkig is de OV-chipkaart nu toch anoniem te verkrijgen. Reizigers kunnen met deze kaart alleen geen gebruik maken van kortingen.

Verder is Google is wel het enige bedrijf dat protest aangetekend heeft bij de rechter toen overheid

"Dataopslag kan handig zijn, maar zijn we ons wel bewust van de risico's?"

in Amerika zoekopdrachten van miljoenen gebruikers vroeg. De eigenaars van Google zeggen dat geen haar op hun hoofd eraan denkt gebruikersgegevens aan welke overheid dan ook door te spelen.

Hoe zit het dan met het censureren in China? Marc Duijndam, directeur generaal van Google voor de Benelux zegt hierover: "Wel, de regering legt ons daar nu eenmaal beperkingen op. Dan moet je kiezen. Of je ontsluit die informatie toch, zonder de kwaliteit van het product te garanderen. Of je past je aan de wetten van het land aan. In Duitsland moeten we van de regering ook websites blokkeren die dwepen met het nazi-regime".

Technologische vooruitgang kent ongekende mogelijkheden: we kunnen mensen uit de hele wereld ontmoeten en radiostations uit de hele wereld beluisteren. Er is plek voor meer alternatieve nieuwsbronnen (www.indymedia.org). Veel informatie is ineens veel toegankelijker geworden. Culturele podia zoals de Melkweg en de Balie zenden live hun debatten en voorstellingen uit op het internet.

Door de digitalisering kan wetenschappelijk onderzoek worden bespoedigd doordat er met behulp van zoekwoorden, veel sneller door elektronische databases gezocht kan worden.

Internet zou kunnen helpen om educatie in ontwikkelingslanden naar een hoger niveau te brengen. Er zijn projecten zoals het project van Nicolas Negroponte die met zijn "one laptop per child" betaalbare computers voor ontwikkelingslanden maakt.

Waar gaat dat heen? Bij sollicitaties wordt vaak de naam van de sollicitant eerst geGoogled. Als vervolgens zijn naam opduikt op een profielsite als Hyves, waarop staat dat hij graag bier drinkt en veel in het café zit, is dit van invloed op de verdere sollicitatieprocedure. Zou zo iets, positief benaderd, tot een grote informalisering leiden? Vroeger voucheerde men elkaar en droeg men meer formele kleding. Het taalgebruik en kleding is informeler geworden. Misschien zet deze informalisering door, omdat mensen door het internet niet meer om elkaars informele kanten heen kunnen. Wegen nu de voordelen op tegen de eventuele nadelen van deze grote dataopslag? Feit blijft dat veel gegevens op het internet en grote databanken nooit meer te verwijderen zijn... ●

BRONNEN:

Uitzending Profiel Nederland 1

• <http://reporter.kro.nl/uitzendingen/2006/>

• 20060524ropgonggrijp/20060524ropgonggrijp.aspx

Informatiefilm over Google - Aureus ICT seminar van Bedrijfswetenschappen op de VU.

• <http://www.laptop.org>

• <http://www.ov-chipkaart.nl>

• http://www.elsevier.nl/nieuws/internet_en_gadgets/artikel/asp/artnr/86079/zoeken/ja/index.html

• <http://www.hetvolk.be/Article/Detail.aspx?>

ArticleID=GF9NG7LV# <http://www.ad.nl/multimedia/article155225.ece>

Viola van Alphen studeert ze Bedrijfswetenschappen aan de VU en mist de meerzijdige belichting bij vakken als Marketing, hiervoor volgt ze allerlei extra vakken aan andere faculteiten.