

Verlag van BabelSalon op 18 juni 2013

Gastspreker Tom Bakker, promovendus en communicatie wetenschapper

onderwerpen verslag gedaan tot aan de sportverslaggeving van wedstrijden. Vervolgens heeft hij in New York bij een persbureau stage gelopen, daarna bij het tv-programma NOVA en tot slot heeft hij vier jaar gewerkt bij AT5. Uiteindelijk is hij toch gaan studeren, dat werd communicatie wetenschappen bij UVA. Daar heeft hij onderzoek gedaan naar jongeren en politiek en de invloed van sociale media daarop. Hoe gebruiken beleidsmakers en politici social media. Wat werkt wel, wat werkt niet. Velen hebben een mening over de positieve en negatieve effecten van de diverse toepassingen van social media. Hij is er zelf na vijf jaar studie inmiddels over uitgepraat (!).



Hij wil ons vanavond vertellen over zijn huidige promotieonderzoek bij het TNO-NIPO, waar hij onderzoek doet naar privacy bij en beveiliging van social media. TNO is een expert op innovatie en onderzoek op velerlei gebied. Als we het hebben over privacy gaat het om zogenoemde **big data**, een grote hoeveelheid data, verzameld via social media, browsers, datasystemen op je werk etc. Die data worden

verzameld en geanalyseerd volgens specifieke methodes en opgeslagen en gepresenteerd. En, wat gaan we er, wat mogen we er mee doen? Want we hebben met wet- en regelgeving te maken. Er zijn gespecialiseerde bedrijven die big data verzamelen en beschikbaar stellen.

Die processen wil hij in kaart brengen. Dat doet hij onder meer i.s.m. de overheid, de rijksrecherche, politie, RVD en particuliere opsporingsbureaus. Bij grote evenementen en protestacties worden deze gegevens gebruikt.

In de VS heeft deze toepassing al resultaat geboekt: 30 % van de zware misdaaddelicten is teruggedrongen en 15 % van de geweldsdelicten, door het combineren van diverse data bestanden. Dat soort onderzoek en softwaretoepassing doet hij momenteel bij TNO voor Nederland, in combinatie met onderzoek naar privacy.

Actueel is nu de NSA, de databank van de VS die wereldwijd data verzamelt zonder dat wij er weet van hebben. Hoe erg is dat? Hoe erg vinden wij dat al onze privacygegevens bij dergelijke instellingen bekend zijn. Google en Bol.com kent onze zoekpatronen voor marketing- en andere doeleinden, die wij niet kennen. Wanneer is het klantenservice, wanneer is het een inbreuk op de privacy en hebben wij zelf als gebruiker daarin nog iets te bepalen? Hebben wij iets te verbergen? Wat kan of moet de overheid daarin voor ons gaan betekenen?

Diverse voorbeelden van toepassingen passeren de revue.

Gebruik van **Cookies**, van commerciële partijen om je kijk- en koopgedrag, maar ook applicaties die je stemgedrag, reisgedrag en gezondheid registreren, wordt momenteel onderzocht in opdracht van de overheid om daarvoor nieuwe wet- en regelgeving op te stellen. Veelvuldig bezoek van commerciële websites doet de prijzen van producten stijgen. Maar het gaat veel verder dan dat. De wetgeving van de overheid, ook die van de Europese Unie moet worden aangepast. Nu moeten bedrijven het datagebruik melden aan de Europese toezichthouders, die overschrijdingen controleren. Houd je je niet aan de regels dan gelden hoge boetes, 10 % van je jaaromzet en een maximale gevangenisstraf van 5 jaar.

Gebruik van wachtwoorden, vaak de dezelfde, is gevaarlijk. Daar moet je zelf een systeem voor bedenken om niet om te komen in de hoeveelheid wachtwoorden. Tom adviseert een

vast deel en een variabel deel te hanteren en je wachtwoorden nooit in de browser op te slaan!

In Google Privacy dashboard staan al de datagegevens die je ooit hebt opgeslagen bij elkaar. Dat schijnt goed en veilig te zijn..., maar Google heeft het wel al aan de NSA doorgespeeld! Van belang is dat voordat je nieuwe software ontwikkelt, tevoren nadenkt hoe je de veiligheid van je gebruikers kunt garanderen. Dan ben je toekomstige wetgeving voor. Nu wordt **privacy by design & default** ontwikkeld om data te beveiligen. Dat is in Engeland al ingevoerd.

Promotieonderzoek bij TNO- NIPO

Tom heeft een online onderzoek gedaan onder 2000 Nederlanders over hun gebruik van internet en social media. Enkele cijfers anno 2012: 93 % gebruikt internet, 58 % social media, 41 % is actief op burgerparticipatie-sites, 6 % gebruikt het om over politiek te discussiëren, 0,5 % tuitert dagelijks over politieke items. De laatste doelgroep is hoger opgeleid en vaak man.

Zijn vraag was daarbij: **hoe representatief is actief zijn op internet?**

Wat blijkt, in de praktijk maakt het niet uit of je mensen ontmoet op de markt, de straat of via social media.

Ook deed hij onderzoek naar mogelijke deelname aan een referendum voor de Europese Unie. Hoe trigger je mensen om daaraan deel te nemen? Hoe kun je van een negatief naar een positief standpunt omslaan. De manier waarop je communiceert, de formulering, de framing van de zinnen bepaalt het effect van de boodschap, zo blijkt. En uitgaan van de alledaagse effecten van burgers op het referendumonderwerp, die benoemen.

Big brother is watching you, de NSA ziet alles, ook al wijzig je al je wachtwoorden. Je kunt wel een gevoel van veiligheid hebben maar helaas dat klopt niet. Alle controle is weg of fake. Je digitale betalingsgegevens van de nutsvoorzieningen, je bank, hypotheek, je abonnement en aankopen, etc. zijn beschikbaar. Het commerciële belang is leidend en vooralsnog niet tegen te houden, helaas. Met andere woorden, wees op je hoede in de digitale wereld!

Na zijn verhaal ontstond een levendige discussie met publiek en gastspreker.

