

LEVEN IN TIJDEN VAN SPIONAGEKAPITALISME

In oktober 2018 werd *The Age of Surveillance Capitalism* gepubliceerd. Geschreven door hoogleraar aan de Harvard Business School **Shoshanna Zuboff**. Belangrijk, vol nieuwe inzichten en essentieel voor onze toekomst. Een boodschap die verspreid moet worden! Helaas is het boek óók dik (523 pagina's), ontoegankelijk, moeilijk, in het Engels, en vol met 6-en-meer-lettergrepen-woorden. Daarom maakte ik een ongenueanceerde, incomplete, versimpelde, zelf ingekleurde, zelf aangevulde maar – hoop ik – hartstikke toegankelijke samenvatting. **4 pagina's! 12 minuten lezen!** Doe er je voordeel mee!

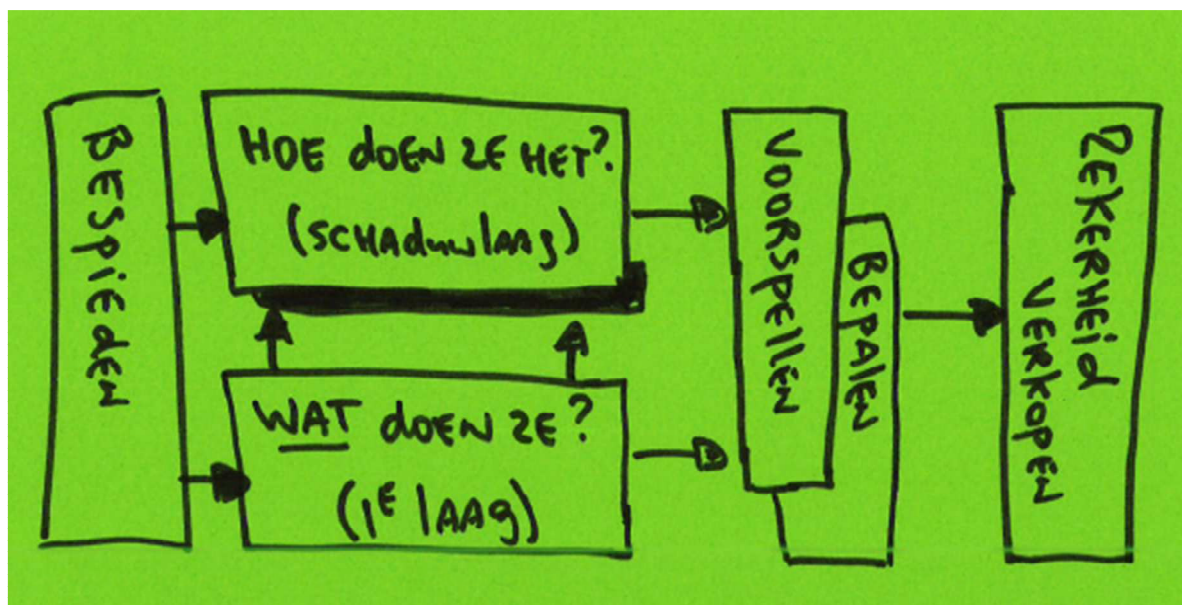
Spionagekapitalisme. Wat is het?

Hét kernbegrip van het boek is **Surveillance Capitalism**. Ik vertaal dat met **spionagekapitalisme**. Dat is geen exacte vertaling, toegegeven, maar het dekt wel de lading, denk ik. En het klinkt lekker. Wat jij van de term vindt, mag je zelf bepalen nadat ik heb uitgelegd wat spionagekapitalisme precies is. Daar gaan we dan!

Spionagekapitalisme is een vorm van kapitalisme waarbij mensen **bespied worden** vaak zonder dat ze daar bewust van zijn. Dit bespieden leidt tot een dataverzameling. Er wordt data verzameld over **wat** mensen 'doen' (posten, liken, kijken, klikken, zoeken, etc.). Dat is de '**eerste laag**'. Maar er wordt ook data verzameld over **hoe** mensen dat doen (waar, hoe vaak, met wie, op welke toon, met een filter of zonder, hoe lang, wanneer, etc...). Dát is de **schaduwlaag**. En die is pas echt waardevol. Met de data uit de eerste laag en de schaduwlaag samen kun je gedrag voorspellen en die voorspelling verkoopt de spionagekapitalist aan zijn klanten: bedrijven of organisaties die ook weer iets willen verkopen. Zeep of een idee. De spionagekapitalist verkoopt daarmee **zekerheid**. Ik weet zeker dat deze mensen in jouw product geïnteresseerd zijn. Ik weet zeker dat deze mensen niet gaan stemmen.

Daar staan we nu. **En dat is nog maar het begin**. De beste manier om zekerheid te verkopen, is namelijk niet om gedrag te voorspellen, maar om gedrag te beïnvloeden én te bepalen. Data gebruiken om mensen te manipuleren en die 'superkracht' weer verkopen aan bedrijven en organisaties. Dát is het doel van het spionagekapitalisme. **Van voorspellen naar bepalen. Van vóór ons automatiseren naar ons automatiseren.**

In het boek staan hier en daar 'zelfgetekende plaatjes'. Dus ik dacht, laat ik er ook eentje tekenen.



En dan nu de praktijk. Laten we er eens een voorbeeld bij halen van een bekende spionagekapitalist: **Facebook**. Facebook registreert alles wat je liket, post, deelt, klikt en bekijkt. Via Facebook – pixels word je ook bespied als je andere websites bezoekt. En zelfs je contacten worden in kaart gebracht. Dat betekent dat ook mensen zonder Facebook-account in beeld zijn. **Kortom, Facebook streeft erna alles en iedereen te bespioneren.** Dat is nog maar de eerste laag. Facebook registreert ook hoe vaak je Facebook gebruikt, waar, op welke manier, hoe lang, vanaf welk apparaat, en ga zo maar door. De schaduwlaag. Met al deze gegevens voorspelt Facebook

jouw gedrag. Bijvoorbeeld of je van plan bent een spijkerbroek te kopen. Die voorspelling wordt weer verkocht aan bedrijven, die met die gegevens jou proberen te beïnvloeden (kijk nou eens, wat een mooie spijkerbroek!). Facebook heeft al aangetoond dat het **meer kan dan alleen voorspellen**. Zo lieten ze zien dat ze gebruikers wat somberder konden maken door ze bepaalde berichten te laten zien. Dat past in hun plannen: niet **voorspellen** of je een spijkerbroek wilt kopen maar **bepalen dát** je een spijkerbroek wilt kopen.

Er is nooit genoeg data!

Een spionagekapitalist heeft nooit genoeg data. Hoe meer data, hoe beter gedrag voorspeld kan worden. Hoe beter gedrag bepaald kan worden. Hoe meer zekerheid verkocht kan worden. Met data wordt de kunstmatige intelligentie getraind. **Kwantiteit leidt tot 'kwaliteit'**. En dus is het de ambitie van het spionagekapitalisme om elk gedrag te bespieden en om te zetten in data. Het spionagekapitalisme streeft er na zijn activiteiten uit te breiden. In de **breedte** en in de **diepte**.

Laten we beginnen met de **breedte**. Bijvoorbeeld: de spionagekapitalist Google. Die startte als een zoekmachine. Dat was en is een goede manier om mensen te bespieden. Immers, als jij jeuk hebt in de schaamstreek vertel je dat waarschijnlijk eerder aan Google dan aan je partner. Maar dat was natuurlijk niet voldoende. Dus volgde allerlei **nieuwe diensten**. Ik noem er een paar. G-mail zodat ze konden zien wat je mailt en hoe je mailt. Google Drive, om mee te kijken wat je allemaal bewaart. Daarna kwam de smartphone en bouwde Google snel zijn eigen – spionerende - besturingssysteem (Android). Een slimme thermostaat volgde, want wat doe jij allemaal thuis? En zo'n thermostaat kun je natuurlijk bedienen met van die slimme speakers (Google Home) die nu overal opduiken. In auto's zit steeds vaker (navigatie)-software van Google. Onlangs lanceerde Google de plannen om streaming games aan te bieden. Het verdienmodel is ongetwijfeld niet om gamers te helpen maar om inzicht te krijgen in wat gamers doen. En hoe ze dat doen. Misschien zijn zelfrijdende auto's daarom straks wel gratis. En zal Google voorop lopen bij slimme gezondheidsarmbanden. Slimme kleding. Slimme verf. Slimme verpakkingen. Daarom is het ook verstandig om in je hoofd 'slim' (smart) te vervangen door spionage. **Slimme weegschaal. Spionageweegschaal**. Zoiets. Dat beschrijft meestal beter wat het product doet.

Een ontluisterend voorbeeld van de **verbreding** van de activiteiten van het spionagekapitalisme is de Roomba. Deze slimme stofzuiger doet meer dan stofzuigen alleen. Het apparaat herkent meubelmerken en maakt plattgrondjes van je woonkamer. En dat terwijl je dik betaald hebt voor het apparaat. Het bedrijf heeft nog niet besloten wat het met die data gaat doen, maar het feit alleen dát het verzameld wordt, is al **bizar genoeg**. Stel dat je je werkster in je huis betrapt terwijl ze staat te fotograferen, dan vraag je haar te vertrekken. Misschien op een onvriendelijke manier. En dan bel je de politie. Over je slimme stofzuiger schep je op tegen je vrienden. **Immers als je stofzuiger slim is, moet jij dat ook wel zijn, toch?** Nee, dus.

Naast een verbreding streeft het spionagekapitalisme ook naar een **verdieping**. De spionagekapitalist wil naar binnen kunnen kijken. Bijvoorbeeld door minuscule gezichtsuitdrukkingen te registreren en te analyseren. Micro-expressies. Die laten vaak zien wat je écht van iets denkt terwijl je daar zelf niet eens bewust van bent. Er zijn spionagekapitalisten die zwaar investeren in de combinatie van de informatie uit je slimme armband, met wat je doet op je smartphone, waar je naar kijkt op YouTube, waar je bent en ga zo maar door. Zo bouwen ze jouw emotionele profiel. **Emotie-as-a-service**.

Kortom, als je weer eens een goeroe hoort praten over een 'connected, smart society' dan weet je nu in wiens belang dat echt is. Internet of Things, smart devices. 5G. Altijd online. Het zijn allemaal componenten die bijdragen aan een enorme spionage – infrastructuur. **Aan het het vertalen van gedrag in data**.

Je hebt misschien wel eens de uitdrukking gehoord: als het product gratis is, dan ben jij het product. **Dat klopt dus niet**. Het product is de voorspelling (en straks de manipulatie) die verkocht wordt. De zekerheid. Jij bent slechts de grondstof. Het ruwe materiaal. Ik hoorde pas iemand zeggen: als data de nieuwe olie is, waarom zijn wij dan niet de nieuwe sjeiks? Simpel. **Omdat wij slechts de grond zijn**.

Hoe komen ze ermee weg?

Spionagekapitalisme heeft weinig met wetten en regels. Sterker nog, spionagekapitalisten hanteren bewust

een strategie die zich niets aantrekt van wetten en regels. Het begon allemaal met een **verklaring**. Er is nooit gevraagd óf data verzameld mocht worden, nee, er is verklaard dát data verzameld ging worden.

Spionagekapitalisten hebben zo bekeken wel iets weg van de Spaanse veroveraars die 500 jaar geleden op de kust van Zuid-Amerika landden en verklaarden dat het land toebehoorde aan de Spaanse koning. Waarom? Omdat ze het **verklaarden**.

Spionagekapitalisten verzamelen data en hanteren daarbij steeds hetzelfde **patroon**. Het begint met een **strooptocht**. Pakken wat je pakken kan. Zo snel mogelijk. Zo breed mogelijk. Tot mensen doorkrijgen wat je aan het doen bent. Daarna ga je tijdrekken. Rechtszaken. Rookgordijnen opwerpen. Negeren. De schuld geven aan bugs. Je weet, democratie maakt weinig kans tegen een machtige spionagekapitalist. Je wacht tot er **gewenning** optreedt. Het publiek gebruikt je diensten. Raakt er aan gewend. Kan misschien wel niet meer zonder. Daarna komt fase 3: **aanpassing**. Je past je een beetje aan. Er wordt beleid aangescherpt. Beterschap beloofd. Hier en daar wat zaken écht verbeterd. Maar nooit de zaken die van fundamenteel belang zijn voor de spionagekapitalist. En tenslotte **verandert de spionagekapitalist van richting**. Er wordt een nieuw verhaal verteld, voortgebouwd. Nieuwe data verzameld.

Bijvoorbeeld Google Streetview. Op een dag begon Google met een **strooptocht**. Plotseling reden er auto's door onze straten die niet alleen alles fotografeerden maar nog veel meer data slurpten. Zo werden alle draadloze netwerken in kaart gebracht, inclusief – waar mogelijk - gebruikersnamen en wachtwoorden. Uiteindelijk kwamen we daarachter en dus wierp Google rookgordijnen op. Ze verscholen zich achter één engineer die een fout had gemaakt. Later bleek het 'by design' te zijn, maar toen waren we al **gewend**. Het was wel heel handig, dat Streetview. Hoe moet je immers als leraar Aardrijkskunde les geven zonder? Daarna kwamen er wat **aanpassingen**. Mensen werden anoniem gemaakt. Kentekens weggestreept. In sommige landen werd het verboden. In andere landen echter **veranderde Google van richting** en werd er voortgebouwd. Satellietfoto's toegevoegd. Nieuwe plannen gepresenteerd om Streetview een veel belangrijker onderdeel te maken van ons leven. Een Pokémon in een Starbucks is wat dat betreft slechts een **voorproefje** van onze toekomst.

Stropen. Tijdrekken tot er gewenning optreedt – aanpassen – van richting veranderen. Repeat.

Dus als jij een slimme speaker in huis hebt, ga er dan maar vanuit dat het apparaat de hele tijd meeluistert. Ook als jij er niet tegen praat. Ook als Amazon of Google zegt van niet. Ook als het apparaat in de slaapkamer staat. En als we er straks achter komen, ach, dan zijn we al gewend. Verdoofd. Een Google Home is zó gemakkelijk. We zouden niet meer zonder kunnen. Je zou maar op je smartphone moeten typen om een liedje af te spelen. Zó onhandig. Vroeger moesten spionnen veel moeite doen om een microfoon ergens in huis te verstoppert.

Tegenwoordig halen we trots ons eigen spionagemicrofoontje in huis.

In Europa snappen we inmiddels dat regulering noodzakelijk is. Daarom is de **Algemene Verordening Gegevensbescherming** (GDPR) zo belangrijk. Die is toch vooral bedoeld om spionagekapitalisten te beteugelen niet om organisaties intern te frustreren met bureaucratische regeltjes rondom klassenlijstjes. Spionagekapitalisten verzetten zich tegen regulering. Dat doen ze subtiel. Natuurlijk zeggen ze privacy, online haat, auteursrechten en oneigenlijke beïnvloeding te bestrijden. En dat doen ze ook in zekere mate. Facebook huurt bedrijven in die mensen inhuren die content opschonen (alhoewel die mensen slecht behandeld worden). Google maakt het mogelijk om al je data te downloaden (alhoewel in ontoegankelijke formats). Maar, let op, alle discussie gaat **slechts over de 'eerste laag'**. De echt waardevolle data (de schaduwlaag) daar kom je niet bij. Daar wordt niet eens over gesproken. En dat is geen toeval.

In Christchurch, Nieuw-Zeeland werden 50 mensen vermoord. De moordenaar zond het uit via een Facebook Livestream. Het zorgde voor een hoop controverse en Facebook was er snel bij om tegenmaatregelen aan te kondigen. Het stopzetten van de mogelijkheid om Livestreams op te zetten, was niet één van de mogelijke maatregelen. Facebook weet namelijk dat gebruikers veel meer interacteren met Livestreams dan met welke andere vorm van content dan ook. En al die interactie betekent data voor de schaduwlaag en dat is waar het om gaat. **Verbreden. Verzamelen. Voorspellen. Bepalen.** Spionagekapitalisten lijken soms betrokken, lijken te geven om privacy, beïnvloeding en online haat, maar ze zijn **radicaal ongeïnteresseerd**.

Het is een enge gedachte. Immers het spionagekapitalisme is bezig aan een opmars. Google, Microsoft, Facebook, Samsung, Twitter, IBM, AT&T, maar ook traditionelere bedrijven buigen hun bedrijfsmodel om. Banken, kledingbedrijven, electronica-concerns, supermarkten. En elke keer als een bedrijf dat doet, stijgen de aandelenkoersen. **Geld verdienen je niet meer primair door mooie producten of diensten te verkopen, maar door mensen te bespieden.**

Wat doen we eraan?

Misschien denk jij nu nog steeds: **nou én?** Als iemand weet dat ik een spijkerbroek wil kopen en dan krijg ik een aanbieding te zien van een mooie spijkerbroek. Dat is toch top! **Nee, dus.** Want het gaat veel verder. Er dreigt een wereld vol radicaal ongeïnteresseerde bedrijven die niet alleen voorspellen wat we gaan doen maar straks kunnen bepalen wat wij denken en doen. **Die geloven dat vrije wil niets anders is dan gedrag dat nog niet te verklaren is.** Omdat er nog niet genoeg data is. En die het geld, de kennis en de macht hebben om hun dromen en onze nachtmerries na te jagen. Klassieke kapitalisten hebben de natuur verwoest, spionagekapitalisten **bedreigen de menselijke natuur.**

Spionagekapitalisten verkopen zekerheid. De zekerheid dat jij een spijkerbroek gaat kopen. De zekerheid dat jij gaat stemmen. De zekerheid dat jouw denkbeelden veranderen. Maar straks ook de zekerheid dat een **contract wordt gehonoreerd.** Betaal jij de afbetaling op je auto niet, dan start die niet meer. Rijd jij te hard dan verhogen we in een microseconde je verzekeringspremie. Niet genoeg getypt? Gesprekje met je baas. Vandaag de dag zijn contracten gebaseerd op vertrouwen, maar het spionagekapitalisme **vertrouwt op zekerheid.**

Spionagekapitalisten geloven in een vrije markt. Ze geloven dat een volledig vrije markt waarin mensen hun eigen keuzes maken, leidt tot de beste inrichting van de maatschappij. Ze vertellen er uiteraard niet bij dat ze streven naar een toekomst waarin mensen **geen vrije wil** meer hebben en waarin spionagekapitalisten zo machtig zijn dat er geen sprake is van een vrije markt. En, in een toekomst waarin mensen niet langer hun eigen keuzes maken, is er ook geen sprake meer van een functionerende democratie.

Het goede nieuws? **Er is nog tijd.** Heb je wel eens een hotel geboekt via Internet, dan krijg je vaak daarna nog weken reclames te zien van hotelkamers. Terwijl je al geboekt hebt. Zo goed werkt het dus allemaal nog niet. Elke keer als de 81-jarige Han van Doorn zijn woonplaats (Uithoorn) vertelt tegen Google Home, verstaat de 'slimme' speaker: YouPorn. **We staan aan de vooravond en er is nog tijd.**

Dus is er tegenwicht nodig. Dat begint met bewustwording. Spionagekapitalisme is iets compleet nieuws. Iets dat zo nieuw is, dat bekende manieren van denken en duiden niet van toepassing zijn. **We bevatten het niet echt.** En we vinden de diensten handig. We zijn **verdoofd.** Als we straks 'bar' zeggen tegen een zelfrijdende auto en die rijdt ons naar een bar waar ons favoriete drankje al klaar staat, zonder dat wij weten hoe of waarom, dan vinden we dat misschien nog wel handig ook. Maar dat is het niet! We moeten **ontwaken** uit onze verdoving. **Mens willen zijn!** De Berlijnse muur viel omdat de inwoners van Oost-Berlijn er klaar mee waren. Dat is onze rol. Dat is ontzettend belangrijk. Misschien dat deze samenvatting daar een beetje bij helpt.

Maar bewustwording is niet voldoende. Spionagekapitalisme heeft een hekel aan wetten en regels en juist daarom **hebben we regulering nodig.** Van Amerika valt er op dit moment weinig te verwachten. Sinds 11 september 2001 hebben ze de spionagekapitalisten veel te hard nodig om 'terroristen' op te sporen. China is te druk met het bespioneren van de eigen burgers. **Europa dan maar.** De AvG/GDPR is een begin. Maar niet meer dan dat. Er is veel meer nodig. Je hoort soms mensen praten over regels rondom data – eigenaarschap. Moeten mensen niet eigenaar zijn van hun data? **Dat is de verkeerde vraag.** Een vraag die afleidt. De échte vraag is fundamentele. Waarom wordt die data überhaupt verzameld, geanalyseerd, bewerkt en verkocht?

Regulering dus! Een spionagekapitalist zal zeggen dat regulering innovatie dwarsboomt maar het tegenovergestelde is waar. **Goede regulering leidt tot innovatie.** Tot nieuwe bedrijven met andere bedrijfsmodellen. Bedrijven waarbij je betaalt met je geld in plaats van met je data (of, zoals tegenwoordig steeds vaker met je geld en je data). Bedrijven die diensten aanbieden, maar geen voorspellingen verkopen. Bedrijven die een alternatief bieden. Bedrijven die de opmars van het spionagekapitalisme stuiten.

Hopen we dan maar.