

Marketeers en ICT'ers willen publiek beschermen tegen invloed van big tech



Marketeers en ICT'ers uit heel Nederland gaan op 10 april tijdens een hackathon bedenken hoe we paal en perk kunnen stellen aan de macht van big techbedrijven. Doel is concrete ideeën en oplossingen te bedenken om desinformatie, nepnieuws, schending van privacy en gebrek aan keuzevrijheid en transparantie op het internet en social media aan te pakken.

Directe aanleiding is het Nationaal Social Media Onderzoek 2025 van Newscom, dat eind januari verscheen. Dit rapport schetst zorgwekkende trends. Zo voelen 2,4 miljoen Nederlanders zich ongelukkiger door het gebruik van social media. 6,9 Miljoen mensen

zien die zelfs als een gevaar voor hun mentaal welzijn. Meer dan de helft van de ouders denkt dat social media een gevaar vormen voor hun kinderen. Zes op de tien Nederlanders is zelfs voor een verbod op social media voor kinderen onder de 16 jaar.

Ontsnappen aan algoritmes

Volgens Data Direction, organisator van de hackathon, wordt de laatste tijd weer eens bevestigd dat big techbedrijven als Google, Meta of TikTok immens veel macht hebben. Hun invloed neemt alleen maar toe. Zij bepalen wat mensen online zien en lezen. De kernvraag tijdens het event is dan ook: hoe ontsnappen we aan de invloed van algoritmes?

Objectieve weergave ontbreekt

Volgens directeur Atie de Heer van Data Direction heeft big tech enorme impact op ons dagelijkse internetgebruik. "Privacy en grondrechten worden op diverse platforms niet meer beschermd. Door een gebrek aan monitoring is echt en nepnieuws nog maar nauwelijks van elkaar te onderscheiden", stelt ze. "Zo worden we in een filterbubbel gezogen: websites en zoekmachines stemmen content af op ons zoekgedrag, waardoor een objectieve weergave ontbreekt."

Deze eenzijdige afspiegeling van de werkelijkheid maakt het volgens haar lastig om een genuanceerde mening te vormen. Er is namelijk nog maar één waarheid. "Alleen nog maar luisteren naar de echo van ons eigen gelijk, vernauwt onze blik en beperkt ons autonome denken. Daarom moeten we grenzen stellen aan de macht van big tech over onze algoritmes. Alleen, hoe trekken we die grens?" vraagt De Heer zich af.

Hard maken voor online keuzevrijheid

Haar bedrijf heeft veel grote bedrijven en organisaties als klant. ICT'ers en marketeers van die bedrijven gaan op 10 april samen concrete ideeën en oplossingen bedenken voor een open en veilige samenleving met technologie en content die is gebaseerd op transparante en feitelijke communicatie. Daarbij onderzoeken ze de rol van big tech in de maatschappij, de mogelijkheden om je te beschermen tegen hun invloed en zoeken ze oplossingen voor meer online diversiteit en keuzevrijheid. De Heer: "We moeten ons hard maken voor online keuzevrijheid."