

DIGITAAL IDENTITEITSMANAGEMENT

Tina van der Linden*

We hebben bijna allemaal wel eens 's nachts dronken over straat gezwalkt, of gaan dat nog doen. Een enkeling heeft dan de pech tegen iemand aan te lopen die daar een leuk filmpje van maakt en dat op internet zet. Daar kun je dan enorm veel last van hebben, bijvoorbeeld als je gaat solliciteren. En het wordt nog erger als je een juridische procedure start.¹ Dat levert alleen maar meer publiciteit op, en jouw zaak wordt dan ook nog eens als voorbeeld gebruikt, zoals in dit stukje. Als voorbeeld van hoe het niet moet, wel te verstaan. Maar hoe moet het dan wel?

Je kunt natuurlijk, om dit soort problemen te voorkomen, je altijd netjes gaan gedragen. Dan laat je je door de 'surveillance society' dus echt in je vrijheid beperken. Ik wil hier natuurlijk geen pleidooi voor wangedrag houden, en natuurlijk is het ook niet zo dat iedereen die zich netjes gedraagt zich in zijn of haar vrijheid laat beperken. Maar ik denk wel dat iedereen de vrijheid moet hebben om zijn of haar grenzen te verkennen, zonder bang te hoeven zijn om dit later op YouTube terug te zien.

Goed beschouwd zijn sociale netwerksites zoals Hyves en Facebook ideale vehikels om je informatiele zelfbeschikking vorm te geven

Imago is belangrijk. Zowel in de offline wereld (Zit je haar wel goed? Draag je het juiste merk onderbroek? Is je taalgebruik aangepast aan de situatie?), als op het internet. Op zich zijn de kenmerken die je imago bepalen misschien niet allemaal direct relevant, maar ze bepalen wél het beeld dat andere mensen van je hebben en je wordt vaak op basis van dat beeld

behandeld. Net zo goed als een ieder van ons nadenkt over wat hij of zij aantrekt bij een bepaalde gelegenheid en hoe hij of zij zich presenteert, zouden we ook ons imago op internet in de gaten moeten houden en moeten managen.²

Daarbij is het goed om je te realiseren dat je wellicht in verschillende contexten of rollen actief bent; en dat wetenswaardigheden die in de ene rol positief bijdragen aan je imago niet automatisch ook voor andere rollen een pre zijn. Een goede reputatie in de games-wereld draagt niet vanzelfsprekend bij aan je professionele imago. En zoals je offline misschien de verschillende contexten (je studie, je schoolfamilie, je therapiegroep, je vrijwilligerswerk) gescheiden houdt, moet je dat online ook doen voor contexten die elkaar 'bijten', met name je 'jeugdzonden' die je professionele imago kunnen schaden. We hebben het dan eigenlijk over het ideaal van informatiele zelfbeschikking: zelf in de hand hebben wie wat over jou weet.³

Goed beschouwd zijn sociale netwerksites zoals Hyves en Facebook ideale vehikels om je informatiele zelfbeschikking vorm te geven: je kunt al je 'vrienden' in groepen indelen en waterdichte schotten tussen die groepen plaatsen, in die zin dat je kunt aangeven welke groep welke informatie over jou te zien krijgt – en welke niet. Maar pas op. Die schotten blijken misschien wel niet zo waterdicht te zijn als je had gedacht. En ken je al je 'vrienden' eigenlijk wel? En weet je zeker dat iedereen is die hij zegt dat hij is?

En dan heb je natuurlijk anderen, vrienden of niet, die informatie over jou op internet zetten: een medestudent die een gemeenschappelijk paper op zijn blog zet, een party-fotograaf die een kiekje maakt van jou in een gênante pose met iemand anders dan je vaste partner, en die lolbroek die zo'n leuk filmpje van je maakt als je in 'kennelijke staat' bent. What to do?

Dat is afhankelijk van je eigen inschatting van de omstandigheden. Je kunt natuurlijk degene die het geplaatst heeft vriendelijk

(of wat formeler) vragen (of sommeren) om het betreffende materiaal eraf te halen (of publicatie te staken), met een beroep op, bijvoorbeeld, je eer en goede naam, privacy (te weten: verwerking van persoonsgegevens in strijd met art. 8 Wet bescherming persoonsgegevens) of je portretrecht (art. 21 Auteurswet). Als je geluk hebt gaat de persoon in kwestie hierin mee, en is daarmee de zaak opgelost. Maar zodra er een advocaat en een dagvaarding aan te pas moeten komen, zal dat al gauw het averechtse effect van meer publiciteit tot gevolg hebben, ook al zou je de rechtszaak winnen.⁴ Als je inschatting is dat die ander je niet goed gezind is of niet te beroerd is om er een publicitair slaatje uit te slaan, dan doe je er wellicht goed aan om je eventjes héél gedeisd te houden, in de hoop dat het overwaait. En als je geen bekende Nederlander bent, heeft dat nog best kans van slagen.

Om je zoekresultaten op Google positief te beïnvloeden kun je informatie over jezelf op het internet (laten) plaatsen, die overeenkomt met het imago dat je wilt uitdragen

Je kunt ook, als de plaatser van de informatie onbekend of onvindbaar is, de platformbeheerder aanspreken van het platform waarop de schadelijke informatie gepubliceerd is, middels een zogenaamd 'notice-and-take-down verzoek' op grond van artikel 6:196c lid 4 BW. Met dezelfde, potentieel negatieve gevolgen.⁵

Om je zoekresultaten op Google positief te beïnvloeden kun je informatie over jezelf op het internet (laten) plaatsen, die overeenkomt met het imago dat je wilt uitdragen.



Foto © Marten Hoogstraat (whiteframe.nl)

Als je een naamgenoot hebt, zorg dan dat duidelijk blijkt welke informatie op jou betrekking heeft, bijvoorbeeld door een foto van jezelf toe te voegen of expliciet te vermelden dat er een ander is met dezelfde naam.

Mijn advies is: zet alleen die dingen over jezelf op internet die iedereen altijd over jou mag weten. En houd regelmatig via *Google* of *Wieowie* bij wat er over jou bekend is – of, nog beter, stel een 'alert' in, zodat je automatisch van *Google* of *Wieowie* een mailtje krijgt als er iets met jouw naam erin op internet verschijnt. Ga verstandig om met informatie op internet die je digitale imago kan schaden. Als je die informatie niet kunt verwijderen, voeg dan zoveel positieve gegevens over jezelf toe, dat de negatieve gegevens vanzelf uit beeld verdwijnen (dat wil zeggen, niet tot de eerste tien zoekresultaten van *Google* behoren). Bijna niemand kijkt immers verder dan de eerste tien resultaten.

Mijn advies is: zet alleen die dingen over jezelf op internet die iedereen altijd over jou mag weten

Zo kun je je digitale imago 'managen', zoals je dat ook met je *offline* imago doet, met informatiele zelfbeschikking als ideaal. *Offline* wordt dit bemoedigd, omdat er nu eenmaal feiten over je bekend zijn en omdat mensen graag roddelen. Voor informatiele zelfbeschikking *online* komen daar nog een paar dingen bij. Anderen kunnen details over jou publiceren, die soms lastig te verwijderen zijn. En verder zijn die dankzij zoekmachines veel breder beschikbaar, en tot in lengte van dagen terug te vinden. Beware!

* Mr.dr. M. van der Linden-Smith is docent IT en Recht aan de Universiteit Utrecht, zie www.itrecht.nl en www.internetrechtspraak.nl.

- 1 Kort geding: Voorzieningenrechter Amsterdam 11 september 2009, 437860/KG ZA 09-1971; Bodemprocedure: Rechtbank Amsterdam 14 juli 2010, LJN: BN4359 en ten slotte nog een executie kort geding: Voorzieningenrechter Amsterdam 10 februari 2011, LJN: BP3926.
- 2 Uitbreider hierover: T. van der Linden en T. Wisman, 'Image-building op het internet: houd greep op je digitale identiteit', geschreven in opdracht van SURFdirect, de Digitale Rechten Expertise Community van SURF, maart 2010, online te vinden op www.surfoundation.nl.

http://www.surfoundation.nl/SiteCollectionDocuments/SURFdirect_Image-building%20op%20het%20internet_mrt2010_DEF.pdf (laatst geraadpleegd op 25 mei 2011).

- 3 A.F. Westin, *Privacy and Freedom*, New York: Atheneum 1967, p. 7. Dit ideaal van informatiele zelfbeschikking is als zodanig niet in onze wetgeving gerealiseerd – met de Wet bescherming persoonsgegevens in de hand hebben we wel wat invloed op het gebruik van onze persoonsgegevens, maar we hebben er geen complete zeggenschap over.
- 4 De rechter zal in zo'n geval een belangenafweging maken tussen de vrijheid van meningsuiting van de tegenpartij en jouw belang. Veel jurisprudentie daarover is te vinden op <http://internetrechtspraak.wikispaces.nl>.

www.nu.nl/Belediging-laster-onrechtmatige-uitingen (laatst geraadpleegd op 13 juni 2011). Het averechtse effect wordt goed geïllustreerd door de in de eerste noot genoemde rechtszaak.

- 5 Een extreem voorbeeld is dat van een Braziliaans fotomodel, dat met haar vriend in het openbaar aan het vrijen was, hetgeen gefilmd is en op YouTube werd gezet. Haar vruchteloze pogingen om het filmpje verwijderd te krijgen hebben er slechts toe geleid dat heel Brazilië het filmpje gezien heeft. Zie het bericht op nu.nl: www.nu.nl/internet/1132993/vrijend-braziliaans-model-verliest-zaak-tegen-youtube.html (laatst geraadpleegd op 25 mei 2011). Inmiddels is het filmpje overigens niet meer op YouTube te vinden.