

## Onze superieurepolitieke cultuur

By Tom-jan Meeus, --, [www.nrc.nl](http://www.nrc.nl)

juli 13de, 2017

Zoals bekend is de publieke opinie de nieuwe elite, en zo kon de zogenoemde politiek van de aandacht ontstaan. Als een bedrijf of actiegroep met gevoel voor timing maatschappelijke onrust agendeert, is er grote kans dat de Kamer het onrecht ogenblikkelijk aanpakt. Politiek is zo grillig geworden dat je met slimme aandacht meteen je zin krijgt.

Nu weten grote bedrijven dit ook. Zij beschikken over eigen programma's om maatschappelijke opvattingen hun kant op te *nudgen*, en hoever dit gaat las ik woensdag in een onthullend stuk over Google - *Google's quiet influence campaign* - in *The Wall Street Journal*.

Het schetst hoe het bedrijf via lobbyisten in Washington bijna elke discussie over zijn machtspositie weet te smoren. Wereldwijd loopt 90 procent van alle zoekopdrachten via Google. Dagelijks verstrekt een miljard wereldburgers Google intieme persoonsgegevens via Gmail, YouTube en Google Maps. Het resultaat: Google verdient jaarlijks een slordige 80 miljard dollar door die persoonsgegevens te verkopen, zodat bedrijven hun advertenties op onze behoeften kunnen afstemmen.

En de grap is: ook de miljoenen die Orwell hebben gelezen, laten dit gewoon gebeuren.

Op zichzelf weten we dat je altijd academici hebt die tegen betaling een stelling willen betrekken die jou, als bedrijf, voortreffelijk uitkomt. *The Journal* laat zien dat Google hier een heel systeem op heeft gebouwd: het maakt jaarlijks interne overzichten van academische werkstukken - titels, samenvattingen, budget - die het nodig zal hebben voor lobbywerk in Washington. Daarna zoekt het er academici bij.

Hebben onze lobbyisten een professor nodig die oordeelt dat de privacy van Gmail-gebruikers gewaarborgd is? Kopen we. Een professor die bestrijdt dat we monopolist zijn? Kopen we. Etc. Wetenschappelijke lobbylectuur op bestelling.

Het succes is frappant: waar de Europese Commissie laatst een boete van 2,4 miljard euro aan Google oplegde wegens misbruik van machtspositie, wist Google dit in de VS, land van de vrije markt, te voorkomen.

Het laat vooral zien dat onze politieke cultuur, met zijn stroperige formaties, superieur is aan de Amerikaanse. Waar het openbare debat in het tweepartijstelsel van de VS een walhalla voor lobbyisten is, daar vallen grote beslissingen hier in de beslotenheid van formatieoverleg. Lobbyisten kunnen hooguit achteraf bezwaar maken, maar gezien de gewoonte van strakke regeerakkoorden maken ze zelfs dan weinig kans. En systematische manipulatie van de oordeelsvorming, zoals Google die in de VS ontwikkelde, zou hier helemaal kansloos zijn.

