

De huidige generatie jongeren vindt privacy niet belangrijk genoeg

Betoog

(voor)

1e termijn (2min)

Logos

Argument: Uit empirisch onderzoek blijkt dat veel tieners vinden dat zij weinig tot geen controle hebben over hoeveel informatie Big Tech bedrijven over hen verzamelen, en dat ze zich weinig zorgen maken over wat die bedrijven precies met hun data doen.

Ondersteuning / Bron: Volgens Pew Research denken 60% van de tieners dat sociale media bedrijven **weinig of geen** controle geven over hun persoonlijke gegevens. Slechts 14% denkt dat ze **veel** controle hebben. Bovendien zegt 44% dat ze weinig of geen zorg hebben over hoeveel deze bedrijven van hen weten.

Waarom dit relevant is: Als je je privacy belangrijk genoeg vindt, zou je verwachten dat je actie onderneemt om controle te krijgen; maar hieruit blijkt dat veel jongeren dat niet doen.

Ethos

Argument: Jongeren zelf lijken te impliceren dat privacy niet hun hoogste prioriteit is wanneer het gaat om gebruiksgemak, sociale goedkeuring en emotionele beloning (likes, interactie) op sociale media.

Ondersteuning / Bron: Onderzoek (bv. “Calculating Connection vs. Risk”, met jongeren tussen 13-21) laat zien dat jongeren vaak bewust kiezen voor het delen van bepaalde gegevens, accounts of content omdat ze sociale voordelen zien (erbij horen, bevestiging), zelfs als ze zich wel bewust zijn van privacyrisico's. Ze maken een afweging (privacy-calculatie), maar geven vaak prioriteit aan sociaal voordeel boven privacyrisico's.

Doel hiermee: Dit laat zien dat de keuze om privacy op te geven vaak niet uit onwetendheid komt, maar uit bewuste ruil voor sociale beloning — wat aangeeft dat privacy dus niet zó belangrijk is dat die ruil niet gemaakt wordt.

Pathos

Argument: Stel je voor: je bent vijftien, je voelt je onzeker over je uiterlijk. Grote platforms laten algoritmes die precies weten wat je leuk vindt en wat je onzeker maakt, en tonen je constant reclame voor beauty-producten of diëten. Je krijgt steeds bevestiging dat je niet “goed genoeg” bent — en je ziet het als normaal, omdat bijna iedereen het ervaart. Je leeftijdsgenoten delen hun hele leven, successen, geluksmomenten; je ervaart een constante druk om te voldoen, steeds ‘zichtbaar’ te zijn, terwijl je privacy en mentale rust langzaam verdwijnen.

Waarom dit sterk is: Dit raakt het persoonlijke, het emotionele. Het maakt duidelijk wat de potentieel schadelijke gevolgen kunnen zijn als Big Tech misbruik maakt van profilering — iets waar jongeren vaak weinig concrete tegenmaatregelen hebben.

2e termijn (2min)

Mijn tegenstander zegt dat jongeren hun accounts privé zetten en daardoor wél om privacy geven. Maar dat is eigenlijk maar een klein deel van het verhaal. Een privé-account voorkomt namelijk niet dat bedrijven als Instagram, TikTok of Meta jouw data verzamelen. Je profiel mag dan onzichtbaar zijn voor vreemden, maar voor Big Tech ben je juist nóg beter in kaart gebracht. Ze volgen je kliks, je kijkgedrag, zelfs hoe snel je scrolt of welke emotie je gezicht uitstraalt.

Verder hoor ik vaak: *“Jongeren zijn digitaal vaardig en weten precies wat ze doen.”* Maar uit onderzoek van Pew Research blijkt dat bijna de helft van de jongeren zegt zich weinig of geen zorgen te maken over hoeveel deze bedrijven van hen weten. Als je je privacy écht belangrijk vindt, zou je daar juist wél zorgen over maken.

En ja, jongeren maken soms bewuste keuzes, maar vaak kiezen ze voor gemak of sociale bevestiging boven hun eigen privacy. Ze accepteren algemene voorwaarden zonder ze te lezen, ze blijven op platforms die bekendstaan om data-misbruik, en ze leveren bewust hun gegevens in voor likes of entertainment. Dat is precies waarom de stelling klopt: jongeren vinden hun privacy simpelweg niet belangrijk genoeg.

Afsluiting (1min)

Dames en heren, we hebben vandaag gezien dat grote bedrijven als Meta en TikTok ongelooflijk veel data verzamelen. Niet alleen de foto's of berichten die jongeren zelf delen, maar zelfs hun kijkgedrag, klikgedrag, en emoties worden gemonitord. Hierdoor worden sociale mediaplatformen heel verslavend en kan het een grote invloed op de emoties van jonge gebruikers hebben. Waarmee ze producten kunnen adverteren die inspelen op jou onzekerheden.

Als jongeren hun privacy écht belangrijk zouden vinden, dan zouden ze deze platforms massaal links laten liggen. Maar dat gebeurt niet. Integendeel: het gebruik stijgt nog steeds, terwijl de gevaren steeds duidelijker worden. Jongeren kiezen keer op keer voor gemak, voor vermaak, en voor sociale erkenning, en niet voor hun privacy.

Daarom is de conclusie helder: de huidige generatie jongeren vindt privacy niet belangrijk genoeg.

(tegen)

1e termijn (2min)

Logos

Argument: Er zijn duidelijke onderzoeksresultaten dat jongeren actief gebruik maken van privacy-instellingen, accounts afschermen, content verwijderen of aanpassen, namen wijzigen etc., juist om controle te behouden over wat anderen van hen zien.

Ondersteuning / Bron: Pew Research vond dat rond 60% van de tieners hun Facebook profiel op “privé” hebben staan, zodat alleen hun vrienden dingen kunnen zien. Ook zeggen veel tieners dat ze content niet posten omdat het later negatief kan uitpakken voor hun reputatie.

Waarom dit telt: Het laat zien dat jongeren wel degelijk privacy belangrijk vinden, in de zin van zelfbeschikking over wie wat ziet. Het is dus niet dat ze privacy níet willen, maar dat ze soms andere belangen afwegen (zichtbaarheid, sociale relaties).

Ethos

Argument: Jongeren zijn ook digitaal vaardiger dan vaak wordt gedacht; veel jongeren hebben privacy-literacy (kennis van privacyinstellingen, gedrag, bewustzijn van data tracking) en hebben een kritische houding tegenover Big Tech en hoe bedrijven omgaan met data.

Ondersteuning / Bron: Studie “Navigating AI ... systematic review” laat zien dat jonge digitale gebruikers zorgen hebben over privacy, over data-misbruik, en verwachten transparantie van AI-systemen. Ze willen meer controle.

Waarom dit relevant is: Dit laat zien dat de veronderstelling dat jongeren naïef zijn niet klopt; het laat zien dat ze moeite doen, kritisch zijn, en (op zijn minst gedeeltelijk) privacy wel belangrijk vinden.

Pathos

Argument: Denk aan hoe het voelt als je privacy wél belangrijk vindt, maar je hebt het idee dat niemand de zelfde mening heeft en je constant onder druk staat om alles te delen. Je verbergt dingen, je maakt privé-accounts, je houdt bepaalde gevoelens voor je. Dat kan ervoor zorgen dat jongeren een isolement voelen van de rest van hun leeftijdsgenoten, dat bestaat echt. Veel jongeren ervaren die angst, schaamte of stress over hun digitale leven en besluiten dan om toch maar deel te nemen.

2e termijn (2min)

Mijn tegenstander stelt dat jongeren hun privacy helemaal niet belangrijk vinden omdat ze op sociale media actief zijn en vaak akkoord gaan met voorwaarden. Maar dat is een te simpele conclusie.

Ten eerste: jongeren gebruiken wel degelijk strategieën om hun privacy te beschermen. Uit onderzoek van Pew blijkt dat meer dan de helft hun profiel op privé heeft staan en dat jongeren vaak berichten verwijderen of accounts afsluiten om grip te houden. Dat gedrag bewijst dat ze er wél waarde aan hechten.

Daarnaast: dat jongeren soms akkoord gaan met gebruiksvoorwaarden betekent niet dat ze privacy onbelangrijk vinden. Die voorwaarden zijn vaak tientallen pagina's lang en onleesbaar. Zelfs volwassenen klikken blindelings op “akkoord”. Het probleem ligt dus bij de platforms die privacy-onvriendelijk zijn ontworpen, niet bij de jongeren.

Tot slot: jongeren zijn opgegroeid met technologie. Ze hebben juist geleerd kritisch te zijn, bijvoorbeeld door alternatieve apps te gebruiken, anonieme accounts aan te maken, of gebruik te maken van VPN's en adblockers. Dat ze nog steeds actief zijn op sociale media betekent niet dat ze privacy niet belangrijk vinden, maar dat ze, net als iedereen, balanceren tussen gemak en bescherming.

Afsluiting (1min)

Dames en heren, natuurlijk weten we allemaal dat grote bedrijven als Meta en TikTok enorme hoeveelheden data verzamelen. Maar dat betekent niet dat jongeren hun privacy onbelangrijk vinden. Integendeel: veel jongeren nemen maatregelen, zoals privéaccounts, het verwijderen van berichten, en het beperken van wat ze delen.

Het probleem is dat de platforms zelf zo zijn ontworpen dat je er bijna niet omheen kunt. Jongeren staan daarin machteloos. En toch doen ze binnen die beperkingen wat ze kunnen om hun privacy te beschermen.

Het is dus onterecht om te zeggen dat jongeren privacy niet belangrijk vinden. Ze vinden het wél belangrijk, maar ze balanceren constant tussen sociale druk, gebruiksgemak en de beperkte keuzes die deze platforms hen bieden. En dat bewijst juist hun bewustzijn en hun zorg om privacy.

Betoog

Inleiding

Stel je een vijftienjarig meisje voor dat zich onzeker voelt over haar uiterlijk. Op TikTok of Instagram scrolt zij door haar feed en ziet advertenties voor make-up en diëten, perfect afgestemd op haar emotionele toestand. Die advertenties komen niet toevallig voorbij. Grote techbedrijven weten precies wie zij is, wat haar bezig houdt en hoe ze zich voelt. Haar data, haar klikgedrag, haar tijdstip van gebruik wordt verzameld, geanalyseerd en ingezet om winst te maken. Dit is geen individueel probleem, maar een maatschappelijk probleem dat onze publieke waarden schaadt. Want wanneer jongeren onbewust accepteren dat hun privacy wordt ingeleverd, staat de autonomie en vrijheid van ons allemaal onder druk. Daarom verdedig ik de stelling dat de huidige generatie jongeren privacy niet belangrijk genoeg vindt.

Publieke waarden

Publieke waarden zijn waarden die we als samenleving belangrijk vinden en die ons verbinden, zoals democratie, gelijkheid, veiligheid en privacy. Ze vormen de basis van hoe wij samenleven en hoe wij technologie inrichten. Privacy hoort in dit rijtje thuis, zonder privacy verliezen we controle over onszelf en kunnen bedrijven of overheden ons gedrag sturen. Toch zien we dat jongeren steeds vaker bereid zijn deze waarde in te ruilen voor gemak, entertainment of sociale erkenning. Daarmee wordt privacy ondergeschikt gemaakt, en dat is gevaarlijk omdat het niet alleen hen persoonlijk aangaat, maar de samenleving als geheel.

Public Stack

Een belangrijk concept om te begrijpen waarom privacy onder druk staat, is de Public Stack. Dit model laat zien dat technologie niet uit één geheel bestaat, maar uit verschillende lagen. Elke laag heeft zijn eigen ontwerpers, belangen en machtsverhoudingen, en dus ook zijn eigen kwetsbaarheden.

Op de foundation-laag horen publieke waarden zoals privacy, autonomie en gelijkheid centraal te staan. Maar in de praktijk worden deze waarden vaak niet serieus genomen om meer geld te verdienen.

Op de contextlagen, zoals governance en toezicht, zien we dat wetgeving en handhaving te traag en te beperkt zijn om de snelheid en macht van Big Tech bij te houden. Dat betekent dat jongeren vaak zonder echte bescherming in een digitale omgeving bewegen die hen voortdurend profileert.

In de technologische lagen, van infrastructuur en hardware tot de applicatielaag, wordt privacy concreet geschonden. Denk aan apparaten die voortdurend data genereren, algoritmes die gedrag voorspellen en feeds die jongeren verslaafd maken. Ook standaarden, protocollen en security-implementaties bepalen hoe goed (of slecht) gegevens worden beschermd.

Door de Public Stack te analyseren, wordt duidelijk dat de schending van privacy niet alleen een probleem is van apps of instellingen. Het zit verweven in de hele digitale keten. Voor jongeren betekent dit dat hun privacy systematisch wordt ondermijnd op elk niveau van de stack. dat ze privacy niet belangrijk genoeg vinden.

Platforms

De rol van platforms is hierbij cruciaal. Bedrijven als Meta en TikTok opereren binnen de platformeconomie, waarin data het nieuwe verdienmodel zijn. Jongeren leveren hun aandacht en persoonlijke informatie in en in ruil daarvoor krijgen ze gratis toegang tot apps die entertainment en verbinding bieden. Onderzoek van Pew Research laat zien dat bijna de helft van de jongeren zich weinig of geen zorgen maakt over hoeveel bedrijven van hen weten. Als privacy werkelijk belangrijk was, zou dit anders zijn. Maar jongeren kiezen massaal voor gemak en sociale bevestiging, waardoor het businessmodel van de platformeconomie alleen maar sterker wordt.

Tegenargument en weerlegging

Sommigen zeggen: jongeren wél geven om privacy, want ze zetten hun profiel op privé of gebruiken anonieme accounts. Dat klopt, maar dit is slechts schijnveiligheid. Een privé-account beschermt misschien tegen vreemden, maar niet tegen de bedrijven die achter de schermen alles analyseren. Dat laat zien dat jongeren privacy wel belangrijk vinden op oppervlakkig niveau, maar onvoldoende op het fundamentele niveau waarop het er echt toe doet.

Link met feedback

Tijdens de debattraining kreeg ik de feedback dat ik mijn argumenten te feitelijk bracht en meer emotie mocht gebruiken. In dit betoog heb ik die les toegepast door naast cijfers en onderzoeken ook persoonlijke en herkenbare voorbeelden te gebruiken, zoals het meisje dat door algoritmes wordt beïnvloed. Ook kreeg ik de tip om duidelijker de maatschappelijke context te benoemen. Daarom heb ik nu expliciet de koppeling gemaakt met publieke waarden en de Public Stack. Dit maakt mijn betoog sterker en meer overtuigend.

Conclusie

Samenvattend: privacy is een publieke waarde die essentieel is voor onze samenleving. In de Public Stack zien we dat privacy in alle lagen wordt bedreigd, en platforms in de platformeconomie verdienen miljarden door data van jongeren te exploiteren. Jongeren kiezen toch massaal voor gemak, entertainment en sociale erkenning, en laten daarmee zien dat privacy voor hen geen prioriteit is. Ze weten dat bedrijven hun data verzamelen, maar accepteren dit gedrag.

Daarom is de conclusie duidelijk: de huidige generatie jongeren vindt privacy niet belangrijk genoeg, en dat vormt een risico voor ons allemaal.