

Stephane Moquette, 3172627
Vijfde studiejaar, blok 1, 30 november 2014
Marianne van den Boomen

Het Amerikaanse Congres en Google
Het publieke debat rond Google Glass

Inhoudsopgave

1 Inleiding	2
1.1 Technologie en privacy	2
1.2 Methode met oog voor politiek	3
1.3 De representatietheorie	4
1.4 De methode van James Paul Gee	7
2 De briefwisseling	11
2.1 Twee brieven: eerste indrukken	11
2.2 <i>Identities</i> : eigen positie	12
2.3 <i>Subject-positions</i> : <i>user</i> , <i>non-user</i> en de <i>average American</i>	14
2.4 <i>Conversations</i> : privacy vs privacy & <i>security</i>	16
2.5 <i>Politics</i> : invloed op privacy	18
3 Conclusie	21
3.1 Privacy & technologie, twee vormen van representatie	21
Bibliografie	23
Bijlagen	
Brief van het Amerikaanse Congres aan Google	Zie bijlage
Brief van Google aan het Amerikaanse Congres	Zie bijlage

Inleiding

Technologie en privacy

De bescherming van privacy bij de invoering van nieuwe technologie is onderwerp van een breed wetenschappelijk debat. Nieuwe technologie maakt massale informatieverzameling mogelijk en dit brengt uitdagingen voor privacybescherming met zich mee (Solove 2004, 2). Het beheer over persoonlijke informatie schuift op van het individu naar private ondernemingen (Andrejevic 2002, 243). Er is sprake van “public concern and even outrage” (Zarsky 2004, 1302).

In april 2012 onthulde Google een nieuw product: Google Glass (Bilton 2012). Het is een bril die een beeld direct op het netvlies projecteert (Gizmodo 2013). De bril heeft een camera en is bestuurbaar met de hand en met *voice-commands* (Swider 2013). Via een verbinding met een smartphone staat de bril in verbinding met het internet. Dit stelt de drager in staat om bijvoorbeeld de weg te vragen aan de bril, foto's te maken en te delen via *social media*. Er kunnen bestanden opgeslagen worden in het geheugen van de bril en in de “Google cloud storage” (Google 2014). De bril is (nog) niet overal te verkrijgen. Als de koper deze van Google wil kopen moet deze meedoen met “the Glass Explorer Program” (Google 2014b). Dit kan alleen als je een Amerikaanse of Britse burger bent die achttien jaar of ouder is (Google 2014b; Google 2014c). De bril is wel tweedehands te kopen van particulieren, via bijvoorbeeld eBay (eBay 2014).

Het nieuwe product van Google baarde leden van het Amerikaanse Congres zorgen over de privacy van de Amerikaanse burger en de manier waarop Google omging met het fenomeen privacy. In mei 2013 stuurde Joe Barton, een Amerikaans congreslid, een openbare brief naar Larry Page, de CEO van Google (Barton et al. 2013, 1-3).

Niet de CEO maar Google's *Vice-President for Government Relations*, Susan Molinari, stuurde Google's antwoord op 7 juni 2013 in een open brief aan Joe Barton (Molinari 2013, 1-4). Barton was teleurgesteld over het antwoord: “I am disappointed in the responses we received from Google. There were questions that were not adequately answered and some not answered at all” (Barton 2013).

Uit de briefwisseling blijkt dat de Congresleden en Google elk een eigen visie hebben op de geldende normen en de rollen die zij zichzelf en de ander toedichten.

De komst van Google Glass is een feit, maar de normen die het gebruik ervan moeten reguleren staan ter discussie, net als de rollen die het individu en maatschappelijke instituties kunnen of moeten spelen in de omgang met deze technologie.

Dit blijkt bijvoorbeeld uit de nadruk die de Congresleden leggen op het belang van *non-users* (Barton et al. 2013, 1-3). Dit woord wordt door het Congres meerdere malen ingezet ter bescherming van individuen die Google Glass niet gebruiken, maar mogelijk privacybescherming nodig hebben. Google vermijdt dit begrip volledig en spreekt alleen over de gebruikers van zijn product (Molinari 2013, 1-4). Ook het woord ‘privacy’ wordt op verschillende manieren gebruikt, wat uiteenlopende normatieve interpretaties van de term suggereert. De Congresleden spreken namelijk van het belang van privacybescherming van de “average American”, terwijl Google liever spreekt van “privacy and security of our users” zonder dat de Congresleden aanzet gegeven hebben aan een discussie over de veiligheid van gebruikers. (Barton et al. 2013, 1-3; Molinari 2013, 2).

Methode met ook voor politiek

Google en de Congresleden zijn deelnemers in een politiek debat. Ze richten hun brieven weliswaar aan elkaar, maar de “average American citizen” leest mee en is in veel opzichten de belangrijkste aangeschrevene in deze kwestie (Barton et al. 2013, 1). Beide partijen zullen hem moeten overtuigen van hun gelijk en hem tevreden moeten houden – als burger, of als klant – of ze dreigen zijn steun te verliezen en daarmee wordt het voortbestaan van de politicus of het bedrijf bedreigd.

Dit onderzoek volgt een inductieve methode om ruimte te scheppen voor een rijke interpretatie van de briefwisseling en haar betekenis. Daarbij draait het om de hermeneutische methode, ook wel “the understanding of understanding” genoemd (Geertz 1983, 5). Voor een goede uitleg van de betekenis van deze briefwisseling is een methode nodig die oog heeft voor deze politieke dimensie zonder direct in een ideologische kleuring te vervallen. Een methode voor een tekstanalyse die verder gaat dan het politieke en die ook ruimte biedt voor het betrekken van de partijen die bij de briefwisseling zijn betrokken, waaronder de schrijvers en lezers. Vanuit het theoretisch kader van de representatietheorie kom ik tot een keuze voor de aanpak van James Paul Gee (Gee 2011).

De representatietheorie

Dit onderzoek benadert de briefwisseling tussen het Congres en Google vanuit de representatietheorie. Deze theorie komt voort uit de *cultural studies*. Als je cultuur ziet als een circuit van gedeelde “maps' of meaning” dan kun je representatie zien als een praktijk, een daad waarmee mensen betekenis en taal aan cultuur verbinden (Du Gay et al. 1997, 2; Hall 1997, 30). Stuart Hall definieert representatie daarom als “the production of meaning through language” (Hall 1997, 28).

Hall onderscheidt drie varianten binnen zijn representatietheorie. De reflectieve variant ziet taal als de reflectie van het bestaande, als een soort spiegel van de betekenis die in het object verscholen ligt. De intentionele variant ziet taal als een middel waarmee de spreker zijn betekenis aan de wereld om hem heen oplegt. In de constructivistische variant, de meest invloedrijke in de representatietheorie, construeert de taal zelf betekenis die wordt overgebracht in de uitwisseling van concepten tussen subjecten (Hall 1997, 1).

In het constructivisme onderscheidt Hall twee onderling afhankelijke en op elkaar inspelende systemen van representatie: de “conceptual map” en het “sign system” (Hall 1997, 3). Het eerste verbindt concepten in ons hoofd met elkaar en met objecten in de wereld. Het tweede is de taal zelf, het systeem van tekens waarmee we die verbanden kunnen uitdrukken. Beide systemen samen monden uit in een proces van verbinden van dingen, concepten en tekens (Hall 1997, 5). De betekenis die we zo aan dingen toekennen komt volgens Hall dan ook niet zozeer voort uit de dingen zelf, maar eerder uit de constructie ervan door onszelf (Hall 1997, 11). Spreken en schrijven zijn daarom praktijken, betekenisgevende acties van de mens. Betekenis is daarom veranderlijk en niet constant, net als de cultuur en sociale relaties waaruit zij voort komt (Ibidem, 11).

Deze constructivistische benadering van de representatietheorie vindt zijn vroege oorsprong in het werk van Ferdinand de Saussure (Hall 1997, 16). Hij heeft een taalkundige theorie van de 'semiologie' ontwikkeld: de wetenschap der tekens (Ibidem, 20). Saussure onderscheidt in elk teken (*signe*) een “*signifiant*” (de betekenaar, de vorm die het teken aanneemt zoals bijvoorbeeld de spelling van een woord) en een “*signifié*” (het betekende, het concept waarnaar het teken verwijst) (Saussure 2011, p. xxx; Barthes 1957, 187). Betekenis is volgens Saussure vooral afhankelijk van de binaire relatie tussen deze twee en die is afhankelijk van de historische en sociaal-culturele context (Hall 1997, 17). Daarnaast ziet Saussure in dat

betekenis ook nog afhankelijk is van de relatie tussen tekens onderling (Ibidem, 17). Je kunt bijvoorbeeld het teken 'student' niet goed begrijpen als je geen idee hebt van het teken 'docent'.

In taal onderscheidt Saussure een dieptestructuur (*langue*) en een oppervlaktestructuur (*parole*) (Hall 1997, 18). *Langue* is daarin het sociale deel van de taal en betreft de regels voor taal als communicatiemiddel, zoals bijvoorbeeld de grammatica en syntaxis. *Parole* betreft de daad van het spreken/schrijven die door het middel *langue* mogelijk wordt gemaakt. Volgens Saussure kan elke spreker zijn *parole* zelf kiezen (en daarmee markeert hij de in feite arbitraire relatie tussen vorm en concept), maar is hij wel gebonden aan de *langue* en moet hij haar regels volgen om begrepen te worden (Ibidem, 18). Saussure wilt vooral wetmatigheden in de taalstructuur zelf ontdekken. Hij is als structuralist minder geïnteresseerd in het verband tussen taal en sociale relaties of om de dingen in de wereld waarnaar taal verwijst (Ibidem, 19).

Saussure's taaltheorie wordt later toegepast op culturele verschijnselen in wat post-structuralisme wordt genoemd of ook wel de *linguistic turn* van de sociale wetenschappen (Hall 1997, 5). Behalve woorden en taal worden dan ook objecten, activiteiten en andere culturele fenomenen 'gelezen' als 'tekens' (Ibidem, 20). Dit doet bijvoorbeeld Roland Barthes. Hij kopieert de driedelige structuur van de tekenleer van Saussure (die je kunt zien als een driehoek van *signe* = *signifié* x *signifiant*) en past deze toe op het hogere abstractieniveau van de cultuur (Barthes 1957b, 296; Hall 1997, 24). Hij laat Saussure's taalkundige *signe* samenvallen met een culturele *signifié* die hij vervolgens in verband brengt met een culturele *signifiant* en uit die binaire relatie leidt hij dan weer een cultureel *signe* af, net zoals Saussure dat op het taalniveau heeft gedaan (Hall 1997, 24). Barthes noemt het coderen en decoderen op het niveau van de taal *denotation* en op het niveau van de cultuur *connotation* (Hall 1997, 23). De boodschap op dat tweede betekenisniveau van de cultuur noemt Barthes de mythe (Hall 1997, 24).

Barthes leert dat je een taalkundig teken alleen in relatie met een cultureel concept kan begrijpen, maar zijn aan de taalkunde ontleende methode is ongeschikt voor grotere symbolische eenheden zoals complete discoursen en laten de rol van het subject grotendeels buiten beschouwing (Hall 1997, 27). Michel Foucault ontwikkelt dan een discursieve benadering van de constructivistische variant van de representatietheorie. Daarin staan de taal zelf en de begrippen *betekenis* en *betekenisrelaties* niet meer centraal, maar het discours: “a group of statements wich

provide a language for talking about – a way of representing the knowledge about – a particular topic at a particular historical moment” (Hall 1992, 291).

In deze discursieve benadering speelt het subject en zijn historische en culturele inbedding een grote rol. Foucault zoekt naar de relatie tussen macht en kennis en legt verbanden tussen de sociale productie van kennis en machtsrelaties. In een discours wordt bepaald hoe je kennis kunt verwerven en delen en hoe je een betekenisvol gesprek over iets kunt voeren. Zo wordt betekenis gemaakt en geordend volgens verschillende criteria van een proces van “discursive formation”, bijvoorbeeld een gedeeld object, een gedeelde stijl, strategie en politieke voorkeur (Hall 1997, 29). Zo vormt zich een ‘*episteme*’ – een specifieke dominante relatie tussen macht en kennis die afhankelijk is van tijd en plaats (Ibidem, 29; Foucault 1972, 191).

De drijvende kracht achter deze epistemes ligt in de wederkerige invloed tussen (en verweving van) machtsspellen en kennistypen (Foucault 1980, 194, 196). Voor Foucault is alle kennis een vorm van macht en is macht altijd impliciet aanwezig in de toepassing van kennis (Hall 1997, 32). Kennis heeft de macht om zichzelf waar te maken en Foucault stelt zelfs: “Truth isn’t outside power” (Foucault 1980, 131). Hiermee bedoelt hij dat macht bepaalt wat waar is. Dat geeft het begrip macht bij Foucault een zware lading. Macht opereert in een institutioneel kader en maakt gebruik van technieken en technologieën waarmee deze een “regime of truth” vestigt dat met sancties en straffen overeind wordt gehouden (Foucault 1980, 131). Macht onderdrukt wat het wil beheersen maar brengt ook plezier, kennis en discours voort. Macht circuleert en doordringt alle lagen van de maatschappij en is overal aanwezig: van sex tot politiek (Ibidem, 119);

Naast het discours en de relatie tussen macht en kennis stelt Foucault het subject centraal in zijn benadering (Hall 1997, 28). Foucault draait de betekenis van ‘zelf’ radicaal om. Hij ziet het subject niet als een bewuste, met rede begiftigde, autonome en authentieke bron van actie en betekenis, maar als in een historisch raamwerk geplaatst en in discours geconstitueerd fenomeen (Foucault 1980, 115). Het discours produceert dus naast de kennis ook het subject en geeft hem een plaats (een ‘subject-position’) waarin hij zich moet onderwerpen aan de betekenissen en regels (‘regime-of-truth’) zonder welk het discours geen betekenis heeft.

De critici van Foucault vinden dat zijn begrip van discours en macht scherpte mist. Foucault heeft volgens hen weinig oog voor materiële, economische en andere

structurele factoren in de relatie tussen kennis en macht. Ook zijn idee van een 'regime-of-truth' wordt door critici erg relativistisch geacht (Hall 1997, 36). Wat overeind is blijven staan na de kritiek, is dat de subjecten “will not be able to take meaning until they have identified with those positions which the discourse constructs” (Hall 1997, 40). Daarmee raakt Foucault aan een kernpunt in de briefwisseling tussen het Congres en Google, namelijk dat beide partijen bezig zijn om elkaar én de subjecten die ze aanspreken (het publiek) in een 'subject-position' te plaatsen door hun macht aan te wenden over de toepassing van kennis.

De methode van James Paul Gee

Gee vertrekt vanuit het idee dat mensen taal gebruiken om “things in the world” te bouwen en daaraan betekenis te geven en hij vergelijkt in dit verband grammatica met “hammers and saws” (Gee 2011, 202). Gee ziet het gebruik van taal (*language-in-use*) als een formerende activiteit waarin betekenis wordt geproduceerd (Ibidem, 16). In die activiteit onderscheidt hij zeven taken die hij *building tasks* noemt. Dit zijn:

- *Significance* - het gebruiken van taal “to make things significant or important in various ways or to lower their significance or importance” (Ibidem, 211).
- *Practices* - het gebruiken van taal “to enact specific practices (activities) alone or with others” (Ibidem, 210). Een *practice* is een sociaal erkende en institutioneel of cultureel ondersteunde activiteit (Ibidem, 210).
- *Identity* – het gebruiken van taal “to enact specific socially situated identities or to project such identities onto others, or to privilege or disprivilege such identities” (Ibidem, 207). Identities zijn dan verschillende “ways of being in the world at different times and places for different purposes; for example, ways of being a “good student,” an “avid bird watcher” (...etc)“. Gee onderscheidt dit begrip van “your core sense of self, who you take yourself “essentially” to be” en het gaat hier om identiteit als een sociaal begrip: “I am talking about how we recognize and act out different social roles or different social positions in society” (Ibidem, 207).
- *Relationships* – het gebruiken van taal “to create or sustain social relationships or to end or harm them” (Ibidem, 210).
- *Politics* – het gebruiken van taal “to give or take away social goods or projecting how social goods are or ought to be distributed” (Ibidem, 210). Gee definieert *politics* als “any situation where social goods or the distribution of social goods are at stake. [...]

This often involves speaking, writing, or acting in ways that say or imply what is “appropriate,” “normal,” “natural,” “good,” or “acceptable” (or their opposites) in regard to certain people, things, or activities” (Ibidem, 210).

- *Connections* – Het gebruik van taal “to make things connected or relevant to each other or to make them disconnected or irrelevant to each other” (Ibidem, 203).
- *Sign Systems and Ways of Knowing* – Het gebruik van taal “to create, sustain, revise, change, privilege or disprivilege any language or sign system or characteristic way of knowing the world or making knowledge claims about the world” (Ibidem, 211). Gee definieert een *sign system* (dat hij ook wel *semiotic system* noemt) als een “system of signs that are related to each other to allow communication (meaning giving) in a given domain or area (e.g., language mathematics, road signs, or insignia in the military)” (Ibidem, 211).

Naast deze zeven *building tasks* onderscheidt Gee zes *tools* “we can use to analyze the workings of these building tasks in specific instances” (Ibidem, 28). Elders noemt Gee deze tools “thinking devices” en “tools of inquiry” (Ibidem, 60). Dit zijn:

- *Social language* - het sociaal taalgebruik of de taalstijl waarmee je uitdrukking of waardering geeft aan specifieke identiteiten (Ibidem, 212).
- *Discourses* - het uitdrukking geven aan een bepaalde identiteit die correspondeert met een complex van gedachten, gedrag, gevoel, geloof en waarden (Ibidem, 201-202). Wanneer sprake is van het combineren en integreren van elementen uit verschillende discoursen gebruikt Gee hiervoor het begrip *Discourses* - met een hoofdletter (Ibidem, 201).
- *Conversations* - het gebruik van woorden die verwijzen naar thema's, debatten en in de samenleving die algemeen bekend zijn. Wanneer deze maatschappelijke debatten tussen Discoursen plaatsvinden duidt Gee dit aan met *Conversations* - met een hoofdletter (Ibidem, 201).
- *Intertextuality* “a text spoken or written in one variety of language (one social language) will accomplish a sort of switching by incorporating (“borrowing”) words from another text spoken or written in the same or a different variety of language (Ibidem, 58).
- *Situated meanings* – het gegeven dat de betekenis van een woord afhankelijk is van de context waarin het wordt gebruikt. Gee stelt hierover: “we have to use context to determine what the word means in any situated way” (Ibidem, 65-66).

- *Figured worlds* - “Figured worlds are simplified, often unconscious, and taken-for-granted theories or stories about how the world works that we use to get on efficiently with our daily lives” (Ibidem, 76).

Kort gezegd is Gee's methode opgebouwd als een matrix en kun je door de *building tasks* en de *tools* te combineren zes maal zeven, is 42, vragen stellen om een discours analyse uit te voeren (Gee, 2011, 121). Wanneer je de zes tools combineert in een vraag over een *building task* is sprake van wat Gee een *big question* noemt (Ibidem, 121). Daar zijn er zeven van die alle op dezelfde wijze zijn opgebouwd. De ‘big question’ over de eerste ‘building task’ van ‘significance’ luidt bijvoorbeeld: “How are situated meanings, social languages, figured worlds, intertextuality, Discourses, and Conversations being used to build relevance or significance for things and people in context?” (Ibidem, 121).

Volgens Gee kun je zijn discours analyse valideren met behulp van vier criteria (Gee 2011, 123). De voor dit onderzoek meest relevante is *convergence*: hoe meer de antwoorden op de 42 vragen convergeren (verenigbaar zijn) hoe betrouwbaarder de analyse (Ibidem, 123).

In zijn methode ontleent Gee veel aan het theoretisch kader van de representatietheorie. Je kunt er dan ook meerdere kanten mee op, zowel in de voetsporen van Saussure, als die van Barthes, Foucault of Hall. In zijn vertrekpunt dat mensen taal gebruiken om “things in the world” te bouwen en daaraan betekenis te geven en zijn vergelijking van de grammatica met “hammers and saws” is het idee herkenbaar van de “deep structure” van de taal (*langue*) van Saussure (Gee 2011, 202; Hall 1997, 18). Zijn brede opvatting van *sign systems* plaatst Gee verder van de taalkundige benadering van Saussure en dichterbij de culturele benadering van Barthes. In zijn definitie van *practice* is taal in een sociale en culturele context ingebed waarmee hij de *linguistic turn* van de sociale wetenschappen volgt (Hall 1997, 5). Dat geldt misschien nog wel sterker voor zijn laatste validatiecriterium, *linguistic details*, waarin hij een direct verband legt tussen taalkundige en communicatieve grammatica (Gee 2011, 123). Met *relationships* treedt Gee in de voetsporen van Foucault en besteed hij veel aandacht aan het subject (Ibidem, 210). Met *discourse* en *politics* gebruikt hij ook het kader van Foucault en spitst hij de analyse toe op hoe grotere eenheden als narratieven en discourses kunnen worden geanalyseerd (Ibidem, 201-2, 210). Ook het idee dat een discours uitdrukking geeft

aan een identiteit is ontleend aan Foucault, die stelde dat het discours ook subjecten produceert door hen in een *subject-position* te dringen (Hall 1997, 40). Dit ligt ook in het verlengde van wat Hall aan Foucault ontleent: dat individuen, als subjecten die door een discours worden geproduceerd, eerst zichzelf moeten identificeren met de in discours gecreëerde posities en pas aan de hand daarvan zichzelf en de verschillen met andere individuen herkennen (Ibidem, 40).

Onderzoeksvraag en toepassing van de methode

Vanuit de representatietheorie en met behulp van de methode van Gee stelt dit onderzoek de vraag: Hoe gebruiken het Congres en Google taal om betekenis te creëren in hun briefwisseling over de spanning tussen privacybescherming en de invoering van Google Glass?

Hierbij ligt de nadruk niet zozeer op de “definitional meaning”, maar op een semiotische analyse waarin de “representative or connotative meanings” boven tafel komen (Brennen 2012, 196). Het doel hiervan is om de tekst niet alleen op voor de hand liggende criteria te analyseren, maar juist om te zoeken naar “everything else that can be signified” (Gripsrud 2006, 39-40). Volgens Gee is discoursanalyse altijd een beweging van de context naar taal en van taal naar context (Gee 2011, 20). Zijn *big questions* vormen een manier om uit de tekst de context te destilleren (Ibidem, 121-122). Het doel is hierbij niet om “definitive proof” te vinden, maar om hypothesen te formuleren (Gee 2005, 20).

Het onderzoek wordt afgesloten met een hypothese ter verklaring van de aangetroffen verschillen in representatie.

De briefwisseling

Twee brieven: eerste indrukken

De brief van Joe Barton e.a. gericht aan Google's CEO Larry Page is opgebouwd uit een korte inleiding en acht genummerde vragen. De brief heeft een klassiek ontworpen briefhoofd in een neo-gothisch lettertype (Barton et al. 2013, 1). Dit ontwerp plaatst, als *sign system*, de tekst van de brief meteen in een context van traditie en formeel gezag van het Amerikaanse Congres. Deze context sluit aan bij de stijl van het taalgebruik in de brief. Die blijkt onder meer uit het gebruik van hoofdletters in de zin waarmee de Congresleden zichzelf introduceren als "members of the Congressional Bi-Partisan Privacy Caucus". Die hoofdletters laten zien dat de institutionele context belangrijker is dan de individuele ondertekenaars (die zijn immers "members" zonder hoofdletter). De ondertekenaars geven aan dat ze namens iets hogers spreken dan alleen hun eigen persoon. De brief is ondertekend door acht met naam en functie aangeduide Congresleden, zeven mannen en een vrouw. Hun gezamenlijke handtekeningen nemen meer dan een halve pagina in beslag, wat neerkomt op een kwart van het totaal van de brief. Die proportie betekent dat de ondertekenaars zichzelf niet helemaal onbelangrijk vinden.

Aan het antwoord van Google valt ten eerste op dat dit niet is geschreven door de door het Congres aangeschreven CEO Larry Page, maar door een van de *Vice Presidents* onder de CEO, Susan Molinari (Molinari 2013, 1). De ondertekende brief is opgebouwd uit vier paragrafen die samen een halve pagina beslaan en daarop volgt een bijlage van bijna drie kantjes waarin Google woordelijk en vetgedrukt de acht genummerde vragen van het Congres herhaalt en daar per vraag op antwoordt in korte, niet vetgedrukte paragrafen. Het briefhoofd wordt gevormd door het veelkleurige logo van Google in modern vormgegeven lettertype dat we kennen van het internet en dat –in tegenstelling tot het briefhoofd van het congres- verwijst naar modern design en informaliteit. De stijl van het taalgebruik sluit hierbij aan. Google neemt bijvoorbeeld twee internet-links op in de brief en bijlage en vanaf de openingszin maakt ze de brief persoonlijk, waarmee ze afstand neemt van de formele, institutionele context van de brief van het Congres: "Thank you for your letter" (Molinari 2013, 1).

Op basis van deze eerste indruk van de *sign systems* zien we al dat het Congres en Google in het gebruik van de taal elk een eigen “characteristic way of knowing the world” laten zien en elk op eigen wijze “knowledge claims about the world” maken (Gee 2011, 211). Als we dieper op de tekst ingaan wordt die indruk gedetailleerder.

Identities: eigen positie

Het Congres stelt binnen de acht genummerde punten in totaal 27 vragen aan Google. Deze zijn concreet en meestal gesloten geformuleerd, waarop dan bij herhaling volgt: “If so, please explain. If not, why not?” De brief wordt afgesloten met een zakelijk geformuleerde deadline : “We request your responses (...) no later than”. Dit leest meer als een eis dan als een verzoek. De 27 vragen worden nauwelijks toegelicht. Er wordt nauwelijks achtergrond informatie gegeven door het Congres ter illustratie van de vragen. In de drie inleidende paragrafen van de brief wordt slechts kort vermeld dat Google het “Project Glass” aankondigde, worden twee artikelen uit de pers aangehaald die naar privacyproblemen rond deze technologie verwijzen en spreken Barton c.s. hun zorgen over deze problemen uit. Aan deze elementen uit de brief kun je zien dat het Congres zich paternalistisch opstelt en er zonder meer vanuit gaat dat Google zich aan haar macht moet onderwerpen.

De informatie die gedeeld wordt door het Congres is gekleurd door een sterke interpretatie. Het Congres verwijst naar twee artikelen uit de pers. De eerste is een citaat uit de *Wall Street Journal*: “It will only be a matter of time until you'll be able to aim the lens of your device at his or her face, and [...] get the individual's address” (Gardner 2013). De tweede verwijzing is als volgt: “an article in *Forbes* indicated that a bar declared the technology banned [...] due to privacy concerns” (Barton et al. 2013, 1; Di Salvo 2013). Door de boodschap in de aangehaalde artikelen insinueert het Congres dat het snel uit de hand kan lopen met de privacybescherming zodra het nieuwe product van Google eenmaal op de markt komt. Het Congres gaat er bij voorbaat van uit dat Google zonder toestemming informatie gaat verzamelen die tot schending van privacy zal leiden, door een geval aan te halen waarin ze dat eerder heeft gedaan en die eindigde in een schikking “along with consumers left perplexed” (Barton et al. 2013, 1). Het Congres schept door deze keuze van citaten en overdrijving een mate van urgentie. Daarmee onderbouwt het Congres een eigen *identity* als wakkere en soevereine volksvertegenwoordiger. Door te spreken over de “average American” en de “consumer” werpt het Congres zichzelf op als hoeder van

het algemeen belang dat boven specifieke belangen gaat (Ibidem, 1-3). Tot slot richt het de kern van zijn betoog direct op het maatschappelijk debat, de *Conversation*, over privacybescherming.

Google laat in zijn reactie op deze aanpak van het Congres een heel andere *identity* zien. De reeds genoemde informele en moderne stijl en het persoonlijk karakter van de boodschap in de eerste zin van de brief, kunnen in de context van de *identity* van Google worden gezien als bezwingingen van de formele harde toon die het Congres aanslaat. Google schrijft in de tweede zin: “*Protecting the security and privacy of our users is one of our top-priorities*” (Molinari 2013, 1). Daarmee werpt het zichzelf op als hoeder van de gebruikers van Google's technologie. Daarnaast wordt verwezen met het bezittelijk voornaamwoord “*our*”, waarmee Google niet alleen de informele toon van de boodschap verder versterkt maar zelfs suggereert dat de *identity* van die *user* samenvalt met die van Google zelf als in een soort van familieband (Ibidem, 1-4). Die band wordt nog intiemer als Google stelt, in de openingszin van de tweede alinea: “Our goal with Glass is to give users control and we have gotten very positive reactions from those with first-hand experience of the product” (Ibidem, 1). Daarmee impliceert Google dat het zich in dienst stelt van (de macht van) de gebruiker en dat die gebruiker die macht ook wil hebben.

Google stelt in de openingszin van de derde paragraaf: “it is still early days for the product” (Molinari 2013, 1). In de bijlage met antwoorden spreekt Google van “strongest security and privacy policies” en “we are carefully reviewing” (Ibidem, 1-2). Met deze uitspraken voegt Google zorgvuldigheid en een ontspannen houding (non-urgentie) aan zijn *identity* toe. Dit lijkt een directe reactie op de onzorgvuldigheid van Google en de urgentie die het Congres beargumenteert.

Google verwijst ook naar “more wearable technologies” die op de markt komen (Molinari 2013, 2). Daarmee plaatst Google de casus die het Congres aansnijdt in de context van een bredere technologische ontwikkeling en van het maatschappelijk debat daarover. Hiermee sluit Google bij een andere *Conversation* aan dan het Congres. Ook poogt Google zo de casus waarom het het Congres begonnen is minder specifiek te maken en voor te stellen als een algemeen probleem waarop het Congres niet alleen Google kan aanspreken en verantwoordelijk voor kan maken. Samengevat neemt Google de *identity* aan van betrouwbare en relaxte dienaar van zijn gebruikers. Het stuurt de kern van zijn betoog vooral in de richting van technologie en gebruikers en verder van de thema's privacy en het algemeen belang.

Uit deze verkenning van de *identities* die het Congres en Google aannemen (*to enact*) en de posities die zij innemen ten opzichte van elkaar, komen drie thema's naar voren die nader bekeken kunnen worden: de subjecten die indirect door de briefschrijvers worden aangesproken, de *Conversations* waarop beide briefschrijvers aansluiten en de vraag wie de macht (beheersing en verantwoordelijkheid) heeft. Daarop ga ik nu verder in.

Subject-positions: user, non-user en de gemiddelde Amerikaan

Het valt op dat in de briefwisseling nauwelijks juridisch en technologisch jargon wordt gebruikt en dat het Congres twee populaire persmedia citeert: de *Wall Street Journal* en *Forbes* (Barton et al. 2013, 1-3 ; Molinari 2013, 1-4). Dit zijn aanwijzingen waaruit blijkt dat de briefschrijvers niet alleen met elkaar communiceren maar ook, indirect, met derden.

Het Congres stelt: “we are curious whether this new technology could infringe on the privacy of the average American” (Barton et al. 2013, 1). Met deze verwijzing naar *average American* scheppen Barton c.s. een *relationship* met de gemiddelde Amerikaan. Elders spreekt het Congres van “consumers left perplexed”, waarmee het een *relationship* met de consumenten in het algemeen scheidt (Ibidem, 1). Door deze verbanden te leggen probeert het Congres meelezende individuen zichzelf te laten identificeren met (wat Foucault de *subject-positions* noemt van) de gemiddelde Amerikaan en de consument. Met de verwijzing naar “a bar in Seattle” onderstreept het Congres nog eens de alledaagsheid van het gevaar dat Google Glass kan vormen voor hun privacybelangen en richt het zich op een uitbrede geledingen van de maatschappij samengesteld subject (Ibidem, 1). Dat sluit ook aan bij de formele taak van het Congres als volksvertegenwoordiging.

Het Congres heeft twijfels over de plannen van Google en spreekt van de “unanswered questions that we share” (Barton et al. 2013, 1). De lezer die zich herkent in de hem door het Congres toegewezen subject-positie wordt hiermee uitgenodigd om de bescherming van het Congres te erkennen bij het opkomen voor zijn privacybelang. Tegelijkertijd suggereert het Congres dat het vooral aan Google is om een inbreuk op privacy te voorkomen, omdat het Congres vragen stelt over de plannen van Google en zegt dat de technologie van Google een inbreuk kan maken op privacy. Daarmee nodigt het Congres de lezer alvast uit zich niet al te veel te vereenzelvigen met de subject-posities die Google naar voren zal brengen.

In de eerste vraag openen de volksvertegenwoordigers de aanval op Google door te spreken over een schikking van een rechtszaak over onwettige verzameling van gegevens door het bedrijf. Daarnaast danken ze Google voor het nemen van hun verantwoordelijkheid door maatregelen te treffen die daaraan een eind maken (Barton et al. 2013, 1-2). Verderop in de brief vragen ze: “What proactive steps is Google taking to protect the privacy of non-users when Google Glass is in use?” (Ibidem, 2). Elders spreekt het Congres van “customer/user”, van “user/non-user” en van “the privacy of others” en “another person” (Ibidem, 1-2). Waar het Congres concrete vragen stelt houdt ze het subject steeds zo breed mogelijk. Alleen waar dit precies van toepassing is spreekt het Congres over “user”, bijvoorbeeld in vraag 6a en b. De *user* plaatst het dan in de rol van nietsvermoedend slachtoffer over wie Google informatie verzamelt zonder zijn medeweten en die van Google geen gelegenheid krijgt om daarvoor toestemming te geven (Ibidem, 2).

Het Congres citeert Google's definitie van Google Glass als “a technology ‘that helps you explore and share your world’” (Barton et al. 2013, 1). Hiermee plaatst het een citaat van de website van Google Glass in een andere context. Terwijl Google op zijn website met het bezittelijk voornaamwoord “your” doelt op de gebruiker en dus klant van een bedrijf, kaapt het Congres deze betekenis in zekere zin en doet zij het voorkomen alsof “your” slaat op de gemiddelde Amerikaan. Dit is een mooi voorbeeld van *intertextuality*: het gebruiken van een tekstgedeelte uit een discours en het toepassen in een ander (Gee 2011, 207).

Google stelt meerdere malen in vrijwel identieke vorm: “Protecting our users is one of our top priorities” (Molinari 2013, 2). Google brengt zo een *relationship* aan met de *user*. Google stelt dat het die *user* ook macht geeft, die onder meer wordt gesuggereerd met begrippen als “access”, “manage” en “decide” (Ibidem, 2). De lezer wordt door Google zo in een subject-positie gebracht die ver uitstijgt boven een klant van een bedrijf en leeft in een positieve, optimistische wereld van “compelling and exciting applications” (Ibidem 4).

Google spreekt naast de *user* over de *non-user*. Die wordt altijd opgevoerd in relatie tot de *user*. Daarmee blijft Google dichtbij de relaties met de klant die het kan beïnvloeden met bijvoorbeeld aanpassingen in het privacybeleid of technisch ontwerp van het product. Google blijft op grote afstand van de noties van *consumer* en *average American*. Het heeft op die categorieën geen invloed en wil op dat gebied geen verantwoordelijkheid naar zich toe trekken, vooral niet omdat het Congres het bedrijf daarop juist aanspreekt. Google spreekt één keer over *the public* in de context

van een maatschappelijk debat over Google Glass dat “in a positive direction” moet worden geleid (Molinari 2013, 1). Bij Google is geen bezorgde consument of burger te bekennen.

In het antwoord van Google stelt het bedrijf dat het verantwoordelijk is voor het bieden van *enabling* technologie aan de *users*, waarin *non-users* voor zover mogelijk en wenselijk worden geïnformeerd over het gebruik ervan door *users*. Dat het Congres zichzelf presenteert als de verantwoordelijke voor de privacy van de gemiddelde Amerikaan, betekent voor Google niet dat het een zelfde verantwoordelijkheid draagt.

Conversations: privacy vs privacy & security

Het Congres en Google hebben elk hun eigen gedachten, gedrag, gevoel, geloof en waarden en verwijzen elk naar andere algemeen bekende motieven in de samenleving. Zij zijn niet alleen met elkaar in gesprek in deze briefwisseling maar plaatsen zich elk in een ander *discourse* en nemen elk deel aan een eigen *Conversation*.

De maatschappelijk *Conversation* waarop het Congres aansluit is dat van de privacybescherming (Gee 2011, 201). Slechts eenmaal spreekt het Congres over een ander maatschappelijk thema: “the vast innovation of this technology” (Barton et al. 2013, 1). Daarmee erkent het Congres kort het maatschappelijk belang van technologische innovatie op een neutrale manier, zonder positieve connotaties en in een en dezelfde zin waar direct de uitspraak “but also the privacy implications” op volgt (Ibidem, 1).

Barton c.s. presenteren zich als leden van de *Privacy Caucus*, waarmee ze zich direct opwerpen als vertegenwoordigers van privacy (Barton et al. 2013, 1). Privacy is voor hen een algemeen belang dat ze moeten beschermen. Ook positioneren ze de lezer als het subject dat zich zorgen maakt om de privacy-implicaties van Google Glass. Zowel de schrijver als de lezer worden gedefinieerd door het discours over privacy.

De vragen die de Congresleden stellen aan Google komen allemaal voort uit dit privacy-perspectief en leggen zo een direct verband tussen privacy en de verantwoordelijkheid van Google om deze te beschermen. Het Congres wil duidelijkheid verkrijgen over de verzameling van gegevens door Google: “we would like to know how Google plans to prevent Google Glass from unintentionally

collecting data about the user/non-user without consent?” (Barton et al. 2013, 2). Volgens het Congres kan alleen Google privacyschendingen voorkomen door óf zijn beleid aan te passen (“has Google considered making any additions or refinements to its privacy policy?”) óf door technische aanpassingen door te voeren (“[w]ould Google place limits on the technology?”) (Ibidem, 2).

Voor de Congresleden is de privacy in het geding zolang onduidelijk blijft hoe Google zich opstelt. De Congresleden hebben “unanswered questions” over de komst van Google Glass. Privacy is in het geding, omdat er nog geen duidelijkheid bestaat over de eigenschappen van Google Glass.

Een van de vragen van Gee behandelt wat hij noemt: “politics (the distribution of social goods)” (Gee 2011, 19). Het gaat hier om elke keer dat men iets schrijft “so as to state or imply that something [...] is ‘adequate’, ‘normal’, ‘good’” of het tegenovergestelde (Ibidem, 19). Als we ons dit afvragen zien we dat de Congresleden Google positioneren als een gevaar voor de privacy.

Google spreekt in zijn reactie van meet af aan van “security and privacy” en voert een *Conversation* waarin de privacy van de burger, waarover het Congres zo bezorgd is, naar de tweede plaats verschuift (Molinari 2013, 1). In de kern sluit Google aan bij de *Conversation* over technologie die er in de brief van het Congres zo bekaaid vanaf komt. Dat doet Google door alleen positieve en beheersbare connotaties van de invoering van nieuwe technologie op te roepen.

Google spreekt bijvoorbeeld over “‘lock’ solutions” en “remote swipes” (Molinari 2013, 3), waarmee het bedrijf zich neerzet als beschermheer van zijn gebruikers en suggereert dat zijn technologie veilig is. Nergens legt Google uit wat het precies met “protecting the security” bedoelt (Ibidem, 1). Het is onduidelijk of het hier om fysieke veiligheid gaat of om andere vormen van veiligheid. De term *security* wordt alleen in combinatie met *privacy* gebruikt en is altijd gericht op de *user*, niet op de gemiddelde Amerikaan. Er wordt in de tekst wel verwezen naar veiligheid van gegevensopslag, zoals in de laatste vraag (Ibidem, 4). Met de term *security* impliceert het bedrijf waarschijnlijk veiligheid van de gebruikersgegevens. Hierop heeft Google ook meer invloed dan de privacy van de gemiddelde Amerikaan.

Google stelt dat er altijd wel vragen opkomen met de komst van nieuwe technologieën. “We recognize that new technology is going to bring up new types of questions” (Molinari 2013, 1). Dit is een antwoord op de stelling van het Congres die een verband legt tussen Google Glass en *privacy infringement* van de gemiddelde Amerikaan. Zo bagatelliseert Google de privacyproblematiek en probeert het zijn rol

in deze materie in te perken. Op de vraag van het Congres of Google de gegevens van gebruikers verzamelt zonder hun medeweten antwoordt Google het volgende:

Google's Privacy Policy and pertinent disclosures during Glass setup provide users with information about what data will be collected from Glass. In addition, the MyGlass site and app provide users with access to details about Google and third party applications [...] users are shown the device-level permissions (Molinari 2013, 4).

Het Congres beschrijft de relatie tussen Google en zijn gebruikers als relatie waarbij Google zijn gebruikers misbruikt door hun privacy te schenden, maar Google plaatst zichzelf tegenover haar gebruikers als een eerlijk en open bedrijf. Dit is een goed voorbeeld van de manier waarop Google de *significance* van haar rol in privacybescherming systematisch minimaliseert door haar ongenoemd te laten. Het is ook een goed voorbeeld van *politics*: beide sprekers representeren elk een eigen *social good* (Gee 2011, 210). In de *Conversation* van Google is het goed dat privacy en veiligheid in de handen van de *user* worden gelegd en zijn rol daarin wordt door Google dan ook belangrijker gevonden dan die van Google zelf, of die van het Congres.

***Politics*: invloed op privacy**

Het derde thema waarin de twee representaties verschillen betreft de vraag wie waarom invloed heeft op de beheersing van de spanningen rondom privacy en de invoering van Google Glass. Deze vraag gaat over *politics*: wat is normaal en goed in deze verdeling van macht (Gee 2011, 210)?

In de inleiding stelt het Congres over Google: "The company indicated that it wanted to build a technology that 'helps you explore and share your world'" (Barton et al. 2013, 1). In de tweede alinea vervolgt het: "there have been a number of articles written discussing not only the vast innovation of this technology, but also the privacy implications" (Ibidem, 1).

In het eerste citaat leggen de Congresleden het verband tussen Google als bedrijf en de technologie die het ontwikkeld heeft. Vervolgens leggen ze het verband tussen de vernieuwende technologie en gevolgen voor de privacy van de gemiddelde Amerikaan, waarbij de volksvertegenwoordigers Google bestempelen als de

formerende (*build*) kracht (Barton et al. 2013, 1). Het Congres dicht Google veel feitelijke macht en invloed toe. Dit blijkt ook uit de volgende vraag: “Given Google Glass’s sensory and processing capabilities, has Google considered making any additions or refinements to its privacy policy?” (Ibidem, 2). Het woord *given* impliceert dat veranderingen in het privacybeleid mogelijk en nodig zijn op grond van de nieuwe technologische mogelijkheden die Google Glass biedt. De Congresleden leggen zo in de gehele brief een direct verband tussen het scheppen van technologie en de invloed op de gevolgen van de invoering van die technologie voor de privacy. Het is opmerkelijk dat ze Google op dit punt niet direct bevragen maar volstaan met deze aanname vanuit de *figured world* van de Congresleden.

Het Congres spreekt over zijn eigen macht als leden van de *Privacy Caucus* van de volksvertegenwoordiging van gemiddelde Amerikanen. Daarmee kent het Congres zichzelf wel het laatste woord toe, als instantie die wetten uitvaardigt, maar maakt het zich ook afhankelijk van Google om de stappen te zetten die nodig zijn om de privacy van Amerikanen te beschermen.

Aan het indirect aangesproken subject dicht het Congres nauwelijks macht toe. De consumenten en gemiddelde Amerikanen worden immers afgeschilderd als machteloze slachtoffers. Zij kunnen zichzelf alleen via tussenkomst van het Congres beschermen tegen schendingen van hun privacy.

Google stelt bij herhaling dat het haar gebruikers invloed geeft: “Our goal with Glass is to give users control” (Molinari 2013, 1). Hier positioneert het zich als *enabler* van de gebruiker en tegelijkertijd dicht het aan hem invloed toe. Daarmee legt Google een deel van de oorzaak van de invloed die zijn gebruikers hebben op privacy bij zichzelf. Hierbij ontkennen zij hun macht dus niet volledig en ligt de invloed op de privacy implicaties bij de gebruiker.

Google benadrukt de mogelijkheden tot invloed van de gebruiker, maar ook die van de niet-gebruiker. Over het inbouwen van *social signals* in Google Glass stelt Google: “These signals help people understand what users are doing, and give Glass users means for employing etiquette in any given situation” (Molinari 2013, 2). Volgens Google wordt de privacy van derden beschermd door signalen die ook voor hen herkenbaar zijn tijdens het gebruik van Google Glass. De besturing van het product door de gebruiker is als het ware een privacy-beschermend middel. In de *figured world* van Google zijn *users* en *non-users* hoffelijke types die rekening met elkaar houden net als in het verkeer en volstaat “etiquette” om dit verkeer in goede banen te leiden (Ibidem, 2).

Ook geeft Google de samenleving invloed: “we believe first-hand experience with Glass will continue to help shape discussion in a positive direction for users and the public. [...] We are thinking carefully about all this feedback as we consider next steps” (Molinari 2013, 1). De gemiddelde burger heeft hier invloed op de volgende stappen van Google via een openbaar debat dat volgens Google in een “positive direction” wordt gevoerd (Ibidem, 1).

Google spreekt in het antwoord op vraag 7 ook over de verantwoordelijkheid van de *app developers* om hun eigen *privacy policies* te respecteren. Daarmee onderstreept Google dat het zelf een neutraal product op de markt brengt dat als platform wordt gebruikt door andere leveranciers van technologische innovatie. In de technische *Conversation* waartoe Google zichzelf beperkt, onderstreept deze neutraliteit de vanzelfsprekendheid van een gedeelde verantwoordelijkheid tussen *user, non-user* en derde toeleveranciers. Google doet er alles aan om zijn eigen macht over privacybescherming als ontwerper en verkoper van Google Glass bescheiden voor te stellen.

Conclusie

Privacy & technologie, twee vormen van representatie

Het doel van Gee's methode is niet om *definitive proof* te vinden, maar om hypothesen op te stellen (Gee, 2005, 20). Uit de analyse concludeer ik de volgende dingen. Er is duidelijk sprake van een politieke strijd - in de zin van *social goods* - waarin het Congres de bescherming van privacy als doel op zich ziet en daaromheen een strategie bouwt om Google verantwoordelijk te maken voor de bescherming van die privacy. Daarbij deinst het Congres er niet voor terug Google impliciet te bedreigen met een verwijzing naar een fout afgelopen rechtszaak. Immers, het Congres is de wetgevende macht en de rechter moet die wetten handhaven. Het Congres stelt zich in de brief agressiever op dan Google.

Google verdedigt de technologische ontwikkeling als waarde en doel op zich en accepteert de verantwoordelijkheid niet voor de bescherming van privacy die het Congres haar oplegt. Google plaatst de *user* in de *subject-position* van een door technologie bevrijde autonome mens en legt ook veel verantwoordelijkheid bij hem voor de privacybescherming. Het Congres wil dat de gemiddelde Amerikaan zich herkent in het beeld dat het schetst van de bezorgde burger. Zo nodigt elke partij de lezer uit zich tot een van deze sociaal geconstrueerde identiteiten te bekennen: die van de liefhebber van nieuwe technologie of die van de over zijn privacy bezorgde burger.

Het debat tussen Google en het Congres is er een tussen twee discoursen, waarin bovenstaande elementen onderscheidend zijn. Er is sprake van een machtsspel en van verschillende kennistypen die elkaar wederzijds beïnvloeden. In dit debat wordt betekenis gemaakt en geordend waarbij beide partijen een andere *conceptual map* gebruiken. Met Foucault in het achterhoofd kun je zeggen dat bij beide partijen sprake is van een specifieke dominante relatie tussen macht en kennis – een episteme. Met Barthes in het achterhoofd kun je zeggen dat beide partijen er hun eigen mythes op nahouden. Namelijk de mythe van de *early adapter* die door het omarmen van nieuwe technologie aan vrijheid wint en zijn eigen lot steeds meer in eigen hand kan nemen. Maar ook de mythe van de brave burger die nietsvermoedend wordt bespied door Google. Google kiest daarmee voor een positief verhaal, waarin de machtige gebruiker mag schitteren in de hoofdrol en Google zelf een neutrale bijrol neemt van de *enabler*. Het Congres kiest voor een verhaal vol potentiële risico's voor de burger

en zware verantwoordelijkheden voor het bedrijf. Het stelt zichzelf boven die partijen op door het laatste woord te eisen en altijd een sanctie achter de hand te houden. De keuze is aan de lezer om zich te identificeren met deze *subject-positions*.

De briefschrijvers schrijven hun brieven wel aan elkaar, maar niet uitsluitend vóór elkaar. De twee spreken vooral de niet direct aangeschreven lezers aan in de hoop hen te overtuigen van hun respectieve posities. Beide partijen leven in hun eigen *figured worlds*, vol van aannames die niet expliciet gemaakt worden maar wel het verwoven zijn in de redeneringen. Het lijkt erop dat beide schrijvers meer vanuit hun eigen belangen praten dan vanuit de wens er samen uit te komen, maar daarvoor is meer onderzoek nodig.

Bibliografie

- Andrejevic, Mark. 2002. "The Work of Being Watched: Interactive Media and the Exploitation of Self-disclosure." *Critical Studies in Media Communication* 19 (2) : 230-248.
- Barthes, Roland. 1957. *Mythologies*. Parijs: Éditions du Seuil.
- Barthes, Roland. 1957b. "Myth today." *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*, geredigeerd door John Storey, 293-302. Harlow: Pearson Education Limited.
- Barton, Joe, John Barrow, Steve Chabot, Henry C "Hank" Johnson Jr, Walter B. Jones, Richard Nugent, Bobby Rush en Loretta Sanchez. 2013. "Caucus letter to Google." *Congressman Joe Barton*, 2 mei. http://joebarton.house.gov/images/user_images/gt/GoogleGlassLtr_051613.pdf.
- Barton, Joe. 2013. "Barton "disappointed" by response tot Google Glass privacy concerns." *Congressman Joe Barton*, 1 juli. <http://joebarton.house.gov/press-releasescolumns/barton-disappointed-by-response-to-google-glass-privacy-concerns/>.
- Bilton, Nick. 2012. "Google Begins Testing Its Augmented-Reality Glasses." *The New York Times*, 4 april. http://bits.blogs.nytimes.com/2012/04/04/google-begins-testing-its-augmented-reality-glasses/?_php=true&_type=blogs&_r=0.
- Ebay. Z.d. *Google Glass 2*. 30 oktober, 2014. <http://www.ebay.com/bhp/google-glass-2>.
- Gardner, Ralph. 2013. "Too Much, Too Soon?" *Wall Street Journal*, 20 maart. <http://online.wsj.com/articles/SB10001424127887323419104578372580870846420>, geciteerd in Joe Barton, John Barrow, Steve Chabot, Henry C "Hank" Johnson Jr, Walter B. Jones, Richard Nugent, Bobby Rush en Loretta Sanchez. 2013. "Caucus letter to Google." *Congressman Joe Barton*, 2 mei. http://joebarton.house.gov/images/user_images/gt/GoogleGlassLtr_051613.pdf.
- Du Gay, Paul, Stuart Hall, Linda Janes, Anders Koed Madsen, Hugh Mackay en Keith Negus. 2013. *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. New York: Sage.
- Foucault, Michel 1972. *The Archaeology of Knowledge*. Vertaald door Rupert Swyer. New York: Random House.
- Foucault, Michel 1980. *Power/Knowledge*. Geredigeerd door Colin Gordon. Brighton: Harvester.
- Gee, James P. 2011. *An Introduction to Discourse Analysis : Theory and Method*. New York: Routledge.
- Gizmodo. 2013. *Here's How Google Glass Actually Works*. 30 oktober, 2014. <http://gizmodo.com/5994132/heres-how-google-glass-actually-works>.
- Google. 2013. *Tech Specs*. 30 oktober, 2014. <https://support.google.com/glass/answer/3064128?hl=en>.
- Google. 2013b. *Join the Glass Explorer Program*. 30 oktober, 2014. <http://www.google.com/glass/start/how-to-get-one/>.
- Google. 2013c. *The Glass Explorer Programme. Now in the UK*. 30 oktober 2014.

<https://www.google.co.uk/glass/start/>.

Hall, Stuart. 1992. "The West and the Rest". In *Formations of Modernity*, geredigeerd door Stuart Hall en Bram Gieben, 275-320. Cambridge: Polity Press.

Hall, Stuart. 1997. "The Work of Representation." In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, geredigeerd door: Stuart Hall, 1-47. New York: Sage.
http://www.sagepub.com/upm-data/55352_Hall_ch_1.pdf.

Molinari, Susan. 2013. "Gloogles response." *Congressman Joe Barton*, 7 juni.
http://joebarton.house.gov/images/user_images/gt/Google_Glass_Response_2013_Letter.pdf.

Di Salvo, David. 2013. "The Banning of Google Glass Begins (And They Aren't Even Available Yet)." *Forbes*, 3 oktober. <http://www.forbes.com/sites/daviddisalvo/2013/03/10/the-ban-on-google-glass-begins-and-they-arent-even-available-yet/>.

De Saussure, Ferdinand. 2011. *Course in general linguistics*. Vertaald door Wade Baskin. Geredigeerd door Perry Meisel en Haun Saussy. Columbia: University Press.

Solove, Daniel J. 2004. *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age*. New York: University Press.

Swider, Matt. 2013. "Google Glass Review." *Techradar*. 30 oktobeber, 2014.
<http://www.techradar.com/reviews/gadgets/google-glass-1152283/review>.

Zarsky, Tal Z. 2003. "Thinking Outside the Box: Considering Transparency, Anonymity, and Pseudonymity as Overall Solutions to the Problems in Information Privacy in the Internet Society." *University of Miami Law Review*. 58, (4): 1301-1354.