

Je leven ont-Googelen

www.data-detox.nl



Omschrijving workshop

“Eén account. Alles van Google”, is een slagzin van Google. Maar wat betekent dat voor de mensen die Google Zoeken, Google Docs, Gmail en andere Google-diensten gebruiken? Welke informatie overhandigen we aan dat ene bedrijf? Voelen we ons er prettig bij als er een blauwdruk van ons leven op één locatie wordt opgeslagen... en waarom zouden we de diensten die we gebruiken misschien beter kunnen spreiden? In deze les zoeken we een antwoord op deze vragen, gaan we dieper in op het centraliseren van data en onderzoeken we wat machinaal leren is. We bekijken ook welke andere opties er zijn.

Doelen

Kennis

- Inzicht verkrijgen in het Google-imperium en de dataverzamelingspraktijken die het bedrijf hanteert.
- Meer inzicht krijgen in het centraliseren van data, de kennis en macht van Google en hoe dit van invloed kan zijn op de autonomie van personen.

Vaardigheden

- Praktische tactieken en strategieën om meer controle over data te krijgen.

Redenen

- Google is slim en berekenend, en de gratis producten en diensten hebben een prijs.

Overzicht

1. Inleiding (5 min.)
2. Woordzoeker (5 min.)
3. Datasporen, dataverzameling en profielbepaling (15 min.)
4. Demo: de weg kwijt in de kleine lettertjes (5 min.)
5. Is Google alleen maar een zoekmachine? (20 min.)

Benodigde materialen en apparatuur

- Projector en laptop
- Google-woordzoeker: <https://data-detox.nl/wp-content/uploads/2020/01/woordzoeker-google.pdf>

Referenties

Google-imperium:

- Producten en diensten van Google (Wikipedia) https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Google_products
- Google-producten (Google.com) <https://www.google.com/intl/en/about/products/>
- Meer dan 151 Google-producten en -diensten die je waarschijnlijk niet kent (Minterest) <https://www.minterest.com/google-products-services-you-probably-dont-know/>
- Fusies en overnames (Wikipedia) https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_mergers_and_acquisitions_by_Google
- X (ontwikkelingsinstelling) [https://nl.wikipedia.org/wiki/X_\(bedrijf\)](https://nl.wikipedia.org/wiki/X_(bedrijf))

Bronnen:

- De weg kwijt in de kleine lettertjes - Privacybeleid van Google (Tactical Tech) <https://myshadow.org/lost-in-small-print/googles-privacy-policy>
- Alternatieven voor Google (Tactical Tech) <https://myshadow.org/alternatives-to-google>

Stappen

Stap 1: Inleiding (5 min.)

Vertel kort iets over de workshop, doe een voorstelrondje en laat alle deelnemers vertellen welk product van Google ze het vaakst gebruiken. Vraag wat ze willen leren en maak duidelijk wat er in de workshop wel en niet wordt behandeld.

Opmerking: je kunt uitleggen dat deze workshop over het ont-Googelen van je leven gaat, maar dat niet uitgebreid wordt besproken welke alternatieven er zijn en hoe je andere diensten kunt vinden. Deze les gaat meer om het bijstellen van de denkwijze, mensen kritischer laten nadenken over Google, want dat is de eerste hindernis die moet worden genomen voordat we andere tools gaan gebruiken.

Stap 2: Wordzoeker deel 1: welke bedrijven, producten en diensten zijn in bezit van Google? (5 min.)

Geef alle deelnemers een woordzoeker en laat ze in tweetallen werken. Geef ze 5 minuten de tijd om zoveel mogelijk Google-producten en -diensten te vinden.

Stap 3: Wordzoeker deel 2: datasporen, dataverzameling en profielbepaling (15 min.)

Deze woordzoeker is gemaakt om de deelnemers inzicht te geven in de hoeveelheid en soorten datasporen die je achterlaat als je meerdere producten en diensten van een groot bedrijf zoals Google gebruikt. Hoe zien die datasporen eruit als je ze allemaal samenvoegt? Hoe gedetailleerd kan je profiel ermee worden geschetst?

1. Laat de deelnemers in groepjes van 3 of 4 werken. Ze moeten voor alle diensten die ze in de woordzoeker hebben gevonden, opschrijven welke datasporen er achterblijven als je dat product of die dienst gebruikt.
2. Als de lijsten compleet zijn, vraag je hun om een discussie te voeren: wat voor soort profiel kan dit bedrijf samenstellen als ze al deze sporen met elkaar verbinden?

Stap 4: De gegevensverzameling van Google (5 min.)

Vraag de deelnemers om na te denken over de vraag waarmee ze voor Google-producten "betalen". Open de tekst over de kleine lettertjes, het privacybeleid van Google (<https://myshadow.org/lost-in-small-print/googles-privacy-policy>) en klik op "reveal" om de deelnemers de belangrijkste punten te laten zien. Opmerking: er zijn verschillende privacybeleidsdocumenten voor de verschillende onderdelen van Google (gegevensbeleid, reclamebeleid, cookiebeleid).

Stap 5: Is Google alleen maar een zoekmachine? (20 min.)

Neem de deelnemers mee naar de Glass Room met de multidimensionale Google-tentoonstelling om alle investeringen en overnames van Google te laten zien. Vraag de deelnemers ernaar te kijken en te bespreken wat hen opvalt. Zwengel een discussie aan door het stellen van vragen, bijvoorbeeld:

1. Waarom heeft Google volgens jou de activiteiten uitgebreid van reclame maken naar robotica, kunstmatige intelligentie, het Internet der Dingen, enz.? Denk aan Google X (ontwikkelingsinstelling) met de semi-geheime moonshotprojecten (Project Loon, zelfrijdende auto's, enz.).
2. Wat vind je ervan dat Google, op basis van Google Zoeken alleen al, in bezit is van de grootste opslagplaats van menselijke gedachten en gedrag?
3. Wat vind je ervan dat Google in bezit is van gegevens over het leven van de meeste mensen, overal ter wereld, op basis van de producten en diensten die ze gebruiken?

4. Hoe vinden we het dat Google het bedrijf is dat investeert in het oplossen van toekomstproblemen (bijv. kankeronderzoek, energie, ruimte, enz.)?
5. Is de macht van Google wel legitiem? Hoe vinden we het dat een commerciële instantie zoveel macht heeft?
6. Wat gebeurt er in de toekomst, als anderen de baas worden van het Alphabet/Google-imperium?



FERS

