

# What the Facebook?

## 180 minuten

Facebook kent jou door en door, maar hoe goed ken jij Facebook eigenlijk? Kijk eens verder dan Facebook het platform en kijk naar Facebook het bedrijf. Dan zie je wat hun bedrijfsmodel betekent voor jou en je persoonlijke informatie. Daarna ga je uitzoeken hoe je Facebook kunt gebruiken zonder dat je zoveel informatie deelt.

## Aan de slag:

### Omschrijving

Facebook kent jou door en door, maar hoe goed ken jij Facebook eigenlijk? Kijk eens verder dan Facebook het platform en kijk naar Facebook het bedrijf. Dan zie je wat hun bedrijfsmodel betekent voor jou en je persoonlijke informatie. Daarna ga je uitzoeken hoe je Facebook kunt gebruiken zonder dat je zoveel informatie deelt.

### Overzicht

1. Inleiding (10 min.)
2. Jij en Facebook - deel 1 (10 min.)
3. Jij en Facebook - deel 2 (10 min.)
4. De producten en diensten van Facebook (20 min.)
5. Dataverzameling en profielbepaling (30 min.)
6. Het databeleid van Facebook (30 min.)
7. Strategieën (40 min.)
8. De privacyinstellingen van Facebook (15 min.)
9. Afronding (15 min.)

### Tijdsduur

180 minuten (pauzes niet meegerekend).

### Ideaal aantal deelnemers

Minimaal 3.

## Leerdoelen

### Kennis

- Inzien dat Facebook een veelzijdig bedrijf is; weten welke diensten Facebook bezit en hoe die onderling met elkaar verbonden zijn.
- Leren op welke manier Facebook gegevens van de gebruikers verzamelt, welk soort gegevens ze verzamelen en waar ze de gegevens voor gebruiken.

### Vaardigheden

- Persoonlijke gegevens, identiteit en sociale netwerken beter kunnen beheren.

### Redenen

- Als het om privacy gaat, zijn er veel grijze gebieden. Om daar doorheen te kunnen navigeren, moeten we ons afvragen wie toegang heeft tot onze gegevens. Wie mag onze identiteit en ons sociale netwerk beheren? Welke informatie wil je openbaar plaatsen, welke informatie wil je alleen met vertrouwde personen delen en welke informatie houd je voor jezelf?

### Achtergrondinformatie:

- Hoe zit het nou eigenlijk met die Facebook Pixel? <https://www.bitsoffreedom.nl/2018/04/20/hoe-zit-het-nou-eigenlijk-met-die-facebook-pixel/>
- How to Take Back Control From Facebook (New York Times): <https://www.nytimes.com/2019/04/30/opinion/facebook-ftc-privacy.html>

- It's Time to Break Up Facebook (New York Times): <https://www.nytimes.com/2019/05/09/opinion/sunday/chris-hughes-facebook-zuckerberg.html>
- Wat zijn toch die geheimzinnige pixels die me overal volgen op internet? (en hoe kom ik er vanaf): <https://www.volkskrant.nl/gs-b7daf650>

### Handige bronnen voor de les

- What Facebook knows about you: <https://www.axios.com/facebook-personal-data-scope-suer-privacy-de15c860-9153-45b6-95e8-ddac8cd47c34.html>
- My TED talk: how I took on the tech titans in their lair | Carole Cadwalladr: <http://www.theguardian.com/uk-news/2019/apr/21/carole-cadwalladr-ted-tech-google-facebook-zuckerberg-silicon-valley>

### Nuttige praktijkvoorbeelden

1. De Amerikaanse verzekeraar Admiral heeft gewerkt aan een app die je Facebook-berichten zou gebruiken om je karaktertrekken te koppelen aan je rijstijl. Gebruik je veel “!!!!” en de woorden “Altijd”, “Nooit” en “Misschien”? Volgens Admiral heb je dan een overmoedige persoonlijkheid en zou je met dit systeem niet in aanmerking komen voor een rijstijlkorting. Uiteindelijk werd Admiral slechts enkele uren voor de lancering van de app door Facebook gedwongen het plan te schrappen, omdat het de privacyregels van Facebook zou overtreden. <https://ttc.io/ZZ9>

2. “Geeft Facebook adverteerders de mogelijkheid om gebruikers uit te sluiten op basis van ras?” Op basis van je geboorteplaats en taal plaatst Facebook je in een bepaald etnisch hokje. ProPublica heeft ontdekt dat dat kan worden gebruikt om hele groepen uit te sluiten voor bepaalde advertenties. <https://ttc.io/ZZC>  
<http://www.nytimes.com/2016/11/12/business/media/facebook-will-stop-some-ads-from-targeting-users-by-race.html>

3. Waarom een moeder haar zwangerschap verborgen hield voor het internet (Huffington Post). “Als je in verwachting bent, is het over het algemeen onmogelijk om je zwangerschap door te komen zonder één enkele luiadvertentie.” Het is moeilijk om op Facebook te ontsnappen aan gerichte reclame! Als je in verwachting bent, is dat waardevolle informatie voor marketeers: je uitgavenpatroon en interesses staan op het punt te veranderen. Lees het verhaal over Janet Vertesi, hoogleraar sociologie aan Princeton, die besloot om haar zwangerschap geheim te houden voor Facebook. <https://ttc.io/ZZF>

### Benodigde materialen en apparatuur

- Computer
- Projector
- Algemene workshopmaterialen
- Post-its
- Quiz over online zichtbaarheid: Facebook: <https://data-detox.nl/wp-content/uploads/2020/01/quiz-ONLINE-ZICHTBAARHEID-FACEBOOK.pdf>.
- Facebook-woordzoeker & antwoordblad: <https://data-detox.nl/wp-content/uploads/2020/01/woordzoeker-facebook.pdf> & <https://data-detox.nl/wp-content/uploads/2020/01/productenservices-facebook.pdf>

### Opbouw van de les:

### Stap 1: Inleiding (10 min.)

1. Vertel kort iets over jezelf en de les, doe een voorstelrondje en laat de deelnemers antwoord geven op de volgende vragen:

- Gebruik je Facebook of heb je Facebook in het verleden gebruikt? Waarvoor gebruik/gebruikte je Facebook het meest?
- Wat wil je in deze les leren?

2. Houd de verwachtingen van de deelnemers in gedachten als je een kort overzicht geeft van wat je gaat behandelen (en wat niet), noem de doelstellingen en vertel hoeveel tijd jullie daarvoor hebben.

### Stap 2: Jij en Facebook - deel 1 (10 min.)

Gebruik voor deze activiteit uitspraken zoals:

1. Iedereen die in de afgelopen 24 uur heeft ingelogd op Facebook (dit kan interessant worden, want sommige mensen zijn permanent ingelogd).
2. Iedereen die zichzelf of iemand anders wel eens heeft getagd in een foto op Facebook.

### Activiteit: “Wie doet een stap naar voren?”

#### Vorbereiding

1. Bedenk tijdens de voorbereiding op deze workshop minstens zes uitspraken over de relatie die de deelnemers zouden kunnen hebben met een specifieke tool of dienst. De uitspraken moeten te maken hebben met gedrag dat tijdens de workshop gecorrigeerd kan worden; dat is tenslotte een van de leerdoelen van de workshop.

#### Voorbeelden:

- “Iedereen die hetzelfde wachtwoord voor verschillende accounts gebruikt.”
- “Iedereen die geen tweestapsverificatie voor zijn of haar e-mailaccount gebruikt.”
- “Iedereen die (dienst X) gebruikt.”
- “Iedereen die (dienst X) op de telefoon gebruikt.”

2. Iedere uitspraak heeft een bepaalde waarde: één of twee stappen naar voren.

3. Bedenk vier enigszins banale uitspraken die je kunt gebruiken om te laten zien hoe het werkt. Dat mogen grappige dingen zijn, maar zorg ervoor dat het niet te persoonlijk of onthullend wordt. Dan heb je kans dat de deelnemers zich ongemakkelijk gaan voelen.

#### Demo

1. De deelnemers staan op een rij bij de muur.

2. Vertel hoe de activiteit werkt en lees je eerste “demo-uitspraak” voor, bijv. “Iedereen die afgelopen nacht minder dan acht uur heeft geslapen, doet een stap naar voren.” Lees de rest van de demo-uitspraken voor.

#### Aan de slag

1. Lees de eerste uitspraak voor. De deelnemers die het eens zijn met de uitspraak moeten een stap naar voren doen.

2. Lees de uitspraken één voor één voor.

3. Als je ze allemaal hebt gehad, vraag je de deelnemers: Waarom zijn deze vragen belangrijk? Wat hebben ze te maken met dataprivacy?

4. Pas op dat de activiteit niet verandert in een soort publiekelijke terechtwijzing. Je kunt dit voorkomen door je zinnen op een open manier te formuleren (bijv. "Als je wel eens X hebt gedaan" in plaats van "Als je X doet") en zelf mee te doen.

### **Stap 3: Jij en Facebook - deel 2 (10 min.)**

Gebruik de quiz over online zichtbaarheid op Facebook zodat de deelnemers gaan nadenken over hun zichtbaarheid op Facebook. Pas de quiz zo nodig aan.

#### **Activiteit: "Quiz over online zichtbaarheid"**

Gebruik voor deze activiteit de "Quiz over online zichtbaarheid: Facebook".

#### **Vorbereiding**

1. Maak een quiz over het platform waar je je op wilt richten of kijk of er al eentje bestaat.
2. Print voor iedere deelnemer een quiz over online zichtbaarheid uit.

#### **Doe de quiz (15 min.)**

1. Deel de quiz uit en vertel hoeveel tijd de deelnemers hebben om hem in te vullen.
2. Opmerking voor de deelnemers: als er meer dan één antwoord mogelijk is, kies dan de optie met het hoogste aantal raakvlakken.

#### **Punten optellen en discussie (15 min.)**

1. Als de deelnemers klaar zijn, kunnen ze de punten van hun antwoorden optellen (bijv. antwoord 1 = 1 punt, antwoord 2 = 2 punten, enz.) om te berekenen hoe zichtbaar ze zijn.
2. Gebruik de quiz als basis voor een korte discussie met de hele groep.

### **Stap 4: De producten en diensten van Facebook (20 min.)**

Met deze activiteit leren de deelnemers Facebook te beschouwen als bedrijf. En we laten ze ontdekken hoe groot dat bedrijf eigenlijk is.

#### **Activiteit: "Woordzoeker"**

#### **Vorbereiding**

Print voor iedere deelnemer een woordzoeker uit.

#### **De woordzoeker invullen**

1. Geef alle deelnemers een woordzoeker. Laat ze in tweetallen werken en geef ze 10-15 minuten om zoveel mogelijk diensten te vinden.
2. Vraag ze daarna om alle diensten die ze gebruiken te markeren.

#### **Feedback en discussie**

1. Maak weer één grote groep en vraag de deelnemers om verslag te doen van alle diensten die ze hebben gevonden. Als er diensten ontbreken, vul die dan aan.
2. Je kunt hier nog een korte discussie op laten volgen over hoe al deze diensten met elkaar verbonden zijn en hoe je gegevens tussen de diensten heen en weer stromen. Je kunt ook doorgaan met de volgende activiteit: "Datasporen-woordzoeker".

## Stap 5: Dataverzameling en profielbepaling (30 min.)

Deze activiteit is een vervolg op de woordzoekeractiviteit. Gebruik de lijst met datasporen als uitgangspunt voor een discussie: welke inzichten kan Facebook zich verschaffen over je leven, gewoontes en sociale netwerken? In de context van Facebook kun je vooral de aandacht vestigen op:

- Nieuwsoverzicht: met wie je het meeste contact hebt, waar je interesses liggen.
- Vrienden: je sociale grafiek.
- Gegevens delen: hoeveel data wordt er gedeeld tussen de verschillende diensten, zoals Facebook, Instagram, Whatsapp? Dit kun je inkleden als actieve onderzoeksoefening, maar je kunt het ook kort aanstippen als iets waar de deelnemers over kunnen nadenken.

## Activiteit: “Het vervolg: datasporen” (20 min.)

### Vorbereiding

1. De deelnemers moeten de woordzoeker hebben gemaakt voordat ze deze oefening gaan doen!
2. Maak een overzicht van de datasporen die in verband staan met de verschillende producten en diensten uit de woordzoeker.

### Een overzicht maken van de datasporen (10 min.)

1. Laat de deelnemers in groepjes van 3 of 4 werken. Ze moeten voor alle diensten die ze in de woordzoeker hebben gevonden het volgende opschrijven:
  - Waar wordt dit product/deze dienst voor gebruikt? (bijv. communicatie, nieuws, foto's/video's plaatsen, enz.)
  - Welke datasporen laat je achter als je dit product of deze dienst gebruikt?

### Feedback en discussie (15 min.)

Maak weer één grote groep. Houd een discussie waarin je een aantal van de volgende onderwerpen bespreekt:

1. Wat voor soort profiel kan dit bedrijf opbouwen als ze al deze sporen met elkaar verbinden?
2. Wat betekent het als je veel diensten gebruikt die allemaal van één bedrijf zijn? Praat over centralisatie - waarom kun je beter niet op één paard wedden?
3. Opdelen in compartimenten: wat bedoelen we met je datasporen opdelen in compartimenten? Waarom is het misschien wel een goed idee om dat te doen? (toegang, gebruik, enz.)
4. Nadenken over wat we delen: welke informatie wil je openbaar plaatsen, welke informatie wil je alleen met vertrouwde personen delen en welke informatie houd je voor jezelf?
5. Profielbepaling, discriminatie (als je voorbeelden hebt, kun je die gebruiken).
6. Vertrouwen: bedrijfsmodellen en privacybeleid.

### Afronding (10 min.)

1. Waarschijnlijk is het allemaal wel duidelijk geworden, maar je kunt een samenvatting geven van wat er besproken is: bedrijven zoals Facebook en Google (of het bedrijf waar je je deze oefening op hebt gericht als dat niet Google of Facebook is) bezitten veel verschillende producten en diensten die tegemoet komen aan veel verschillende behoeften (foto's delen, communiceren, nieuws, enz.). Dat betekent echter ook dat het bedrijf een redelijk gedetailleerd beeld van je kan samenstellen.

2. Geef antwoord op vragen, vul eventuele leemtes op en wijs de deelnemers de weg naar hulpbronnen.

### Stap 6: Het databeleid van Facebook (30 min.)

Waar gebruikt Facebook jouw gegevens voor? In deze activiteit richt je je op het databeleid van Facebook.

#### Vorbereiding

1. Neem een kijkje op de website van Tactical Tech voor de “kleine lettertjes” en op TOSDR voor “Servicevoorwaarden - niet gelezen” en selecteer een specifieke dienst of meerdere diensten waar je je op wilt richten.
2. Zorg dat beide websites openstaan, klaar om gepresenteerd te worden.
3. Maak een lijst met de verschillende producten/diensten van het bedrijf waar je je op richt en noteer de relevante datasporen, dat wil zeggen: welke gegevens krijgen deze diensten van je?

#### Wat zijn servicevoorwaarden? (15 min.)

1. Vraag de deelnemers of ze de servicevoorwaarden wel eens lezen. Leg zo nodig uit wat servicevoorwaarden zijn.
2. Laat “De weg kwijt in de kleine lettertjes” zien. Presenteer en lees de belangrijke onderdelen van het privacybeleid: <https://myshadow.org/lost-in-small-print>
3. Laat “Servicevoorwaarden - niet gelezen” zien en vergeet niet te vertellen dat de informatie op de website enigszins verouderd is! <https://tosdr.org/>
4. Als je geen laptop, projector of internetverbinding hebt, kun je het relevante privacybeleid uitprinten. De delen die op de website zijn gemarkeerd, kun je dan met de hand markeren.

#### Discussie (15 min.)

Houd een groepsdiscussie:

1. Zaten er dingen in de demonstraties die je niet verwachtte?
2. Welke aspecten van de servicevoorwaarden zijn het belangrijkste?

### Stap 7: Strategieën (40 min.)

1. Splits de deelnemers op in 3 of 4 groepjes en geef ze 15-20 minuten de tijd om strategieën te bedenken waarmee ze hun gegevens en privacy op Facebook beter kunnen beheren, met een verwijzing naar de diensten en datasporen die ze tijdens de woordzoekeractiviteit hebben gevonden.
2. Maak weer één groep, vergelijk de strategieën en sorteer ze.
  - o Voorbeelden:
    - Foto's - zorg dat je geen mensen tagt.
    - Locatie - zorg ervoor dat geolocatie-diensten uit staan.
    - Identiteitsbeheer.
    - enz.

### Stap 8: De privacyinstellingen van Facebook (15 min.)

1. Gebruik deze laatste sessie om de privacyinstellingen van Facebook door te nemen; verbind een projector met een laptop. Gebruik de Facebook-handleiding op Security in-a-box (<https://securityinabox.org>).
2. Je kunt de les interactiever maken als je de deelnemers zelf laat uitleggen hoe de instellingen werken.

### Stap 9: Afronding (15 min.)

Vraag de deelnemers of ze vragen hebben, of er bepaalde begrippen onduidelijk zijn, of ze algemene opmerkingen hebben en geef ze informatie over externe bronnen.



**FERS**

