



Voor de leerkracht.

Achtergrondinformatie.

Datum: 3 februari 2019 Auteur: Pim Lindeman en Martijn Bekhuis

Onderzoeker maakt zich zorgen over oppermachtig Google

Andreas Peter is onderzoeker aan de Universiteit Twente, deskundig op het snijvlak van online privacy en -veiligheid. Over de datahonger van Google maakt hij zich zorgen: 'Ze zijn extreem slim, en ook te machtig. Geen enkele organisatie zou zoveel informatie moeten bezitten.'

Geweldige diensten, extreem slim, zeer nuttig: de superlatieven vliegen je soms om de oren als Dr. Andreas Peter over Google praat. Maar er klinkt deze middag ook een duidelijk tegengeluid in het kantoor van de onderzoeker Security & Privacy Engineering aan de Universiteit Twente. „Google weet zóveel van ons... Dat is echt een potentiële ramp.”

Eigenlijk is Google geen techontwikkelaar maar een advertentiebedrijf, zegt Peter, expert op het gebied van online privacy en -veiligheid. „Het bedrijf maakt veruit de meeste winst met het aanbieden van persoonlijke advertenties. Maar om dat te kunnen doen moeten ze het beste profiel over jou kunnen maken, en daarvoor hebben ze heel veel gegevens nodig.”

De datahonger van Google vormt volgens Peter een gevaar vanwege een combinatie van factoren. „Allereerst de hoeveelheid data die ze hebben, en het feit dat die allemaal op één plek is opgeslagen. Je moet er niet aan denken dat al die gegevens door een hack in handen vallen van een bad guy. Jouw creditcardgegevens, zoekopdrachten, locaties, bijna alles wat je in je leven doet.”

(.....)

Misschien vormen de gebruikers van Google echter nog wel de grootste bedreiging voor zichzelf, zegt Peter. Iemand heeft slechts een inlognaam en wachtwoord van een ander nodig om bij diens data te kunnen. En het wachtwoord van een account achterhalen is betrekkelijk simpel. „Bijvoorbeeld doordat mensen te simpele wachtwoorden gebruiken, of dezelfde wachtwoorden gebruiken bij diensten die minder goed beveiligd zijn.”

Een oplossing die volgens de UT-onderzoeker veel risico's wegneemt, is het beperken van dataopslag tot gegevens die echt relevant zijn. „Naar mijn mening moeten er geen partijen zijn die zo machtig zijn als Google. Zij kunnen namelijk bepalen welke informatie wij te zien krijgen, op basis van een profiel dat ze met onze gegevens bouwen. Dan kom je in een zogenaamde filter bubble terecht. Google heeft op die manier invloed op de democratie. Ik geloof heel erg in decentralisatie van gegevens en het beperken van de opslag. Dat moet in mijn ogen op Europees niveau geregeld worden.”

Als de risico's van het datamonopolie van Google zo logisch klinken, waarom keren mensen het dan niet de rug toe? „Google is gewoon extreem goed in wat ze doen. Hun diensten zijn superslim en ze hebben een heel vriendelijk en betrouwbaar imago. Doordat je je gegevens kunt downloaden, krijg je het gevoel dat het toch van jou is. Heel slim, maar Google toont niet alles wat ze over je weten. Bovendien zijn alle diensten gratis. En als een product gratis is, moet je er vanuit gaan dat je als gebruiker zelf het product bent.”

(....)

Doelen:

De leerlingen leren dat een filter bubble een verschijnsel is dat websites en zoekmachines hun resultaten laat afstemmen op eerder online zoekgedrag. Verder leren de leerlingen wat je kunt doen om dit te voorkomen.

Dit sluit aan bij mediawijsheidcompetenties: B3, G2, S1



Dia 1: Titeldia

Dia 2: Misschien weten kinderen wat een filter bubble is. Op deze dia wordt antwoord gegeven op de vraag wat een filter bubble is. Eventueel kan nog uitgelegd worden wat een algoritme is. Algoritmes zijn bij elkaar behorende instructies in een programmeertaal die een bepaald probleem oplossen of een bepaalde taak uitvoeren.

Dia 3: In dit filmpje wordt uitleg gegeven wat een filter bubble is. Daarnaast worden er voorbeelden gegeven. Tijdens het kijken krijgen de leerlingen de voor- en nadelen te horen van de filter bubble. Deze noteren de leerlingen.

Dia 4: De leerlingen denken na over een voorbeeld gegeven door Eli Pariser.

Wanneer de leerlingen kunnen uitleggen waarom de informatie van de vrienden verschillend is, begrijpen ze wat de filter bubble is. Het verschil komt door het verschil in surfgeschiedenis. Dus wat ze eerder op het internet bekeken en gelezen hebben.

Dia 5: Een aantal voorbeelden van sites waar je aan de bubbles gaat. Maken de leerlingen gebruik van deze sites? Hebben ze wel eens gemerkt dat ze in een bubble zaten? Waaraan konden ze dat merken?

Dia 6: Je kunt aan de bubble ontkomen. Op deze dia een paar tips. In de huiswerkopdracht komen we terug op de zoekmachine DuckDuckGo. Deze huiswerkopdracht kan ook aan het eind van deze les klassikaal, in een groepje of individueel gedaan worden.

Huiswerkopdracht:

Zoek met DuckDuckGo en met Google op het woord "kleding". Schrijf de wat zijn de verschillen tussen DuckDuckGo en Google? Zien de leerlingen gepersonaliseerde advertenties? Schrijf de antwoorden op.

Gebruikte bronnen:

<https://www.bndestem.nl/dossier-big-brother-google/onderzoeker-maakt-zich-zorgen-over-oppermachtig-google~ab564200/>

Zie voor overige bronnen in de voetnoot van de PowerPointpresentatie.