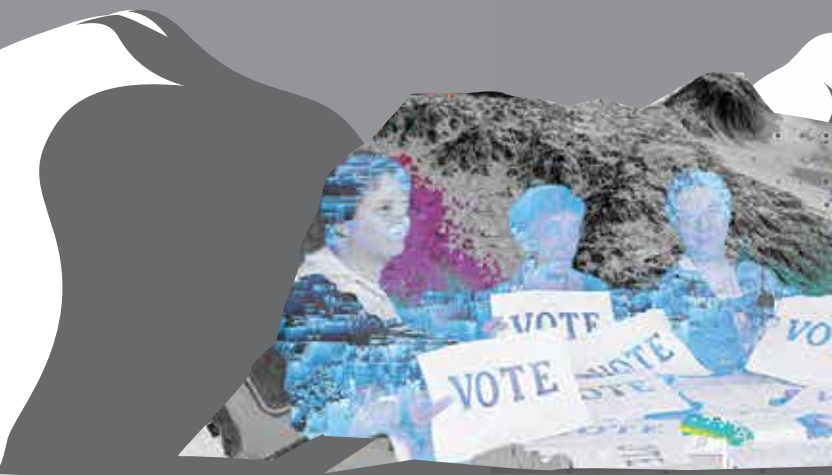


D A T A
D E T O X
K I T



EEN KIEZERSGIDS

Zeven tips om uw gegevens te detoxen



HOE GEBRUIKEN POLITIEKE CAMPAGNES MIJN DATA OM MIJ TE OVERTUIGEN?

Waarschijnlijk zie je overal politieke advertenties: van websites die je bezoekt, tot je sociale media, tot flyers op je drempel. Het lijkt wel alsof iedereen discussieert over thema's die voor jou het meest belangrijk zijn! En dat is niet toevallig.

Hoe meer politieke campagnes over jou weten, des te beter kunnen ze je beïnvloeden – of dat inhoudt dat ze jou werven als vrijwilliger, je aanmoedigen om te doneren, je stem proberen te beïnvloeden, je naar het stemlokaal lokken op stemdag, of – in het geval van een referendum in Nederland, in 2016 – een campagneverteenwoordiger uitzoeken wiens achtergrond past met de jouwe voordat ze hem bij jou langs sturen voor een gesprek over politiek.

Gelukkig voor hen is informatie over wie je bent en hoe je te benaderen makkelijk te vinden. Politieke advertenties zijn in toenemende mate gevormd door de informatie die je achterlaat in je dagelijkse leven, zowel online als offline. Politieke campagnes verzamelen deze data over jou van veel verschillende plekken en gebruiken het om een profiel van jou te creëren. Dit profiel helpt hen om uit te zoeken welke kandidaten of thema's jou het meest zouden aanspreken, om zich vervolgens op jou te richten met op jou afgestemde boodschappen.

Gebaseerd op jouw profiel kan een campagne jouw gepersonaliseerde politieke berichten sturen via:

een flyer in je brievenbus

een exclusieve Snapchat filter

een uitnodiging om een officiële campagne-app te downloaden

een spotje op YouTube of je Smart TV

een email, SMS, of telefoontje

een versie van de website van een kandidaat

Misschien denk je wel: 'Zijn specifieke, relevante advertenties niet beter voor mij?' Vergeet niet dat hedendaagse digitale campagnemethoden wellicht informatie gebruiken over je gewoontes en interesses die je liever privé zou houden. Hier kunnen ook details bij inbegrepen zijn die niet eens politiek lijken, zoals de websites die je bezoekt of de inkoop die je maakt in winkels.

Je hebt het recht om te weten hoe je informatie wordt gebruikt, vooral als het wordt gebruikt om je te beïnvloeden voor een verkiezing. Tactical Tech heeft enkele van de **meest populaire data-gedreven campagnetechnieken onderzocht** om stemmers in verkiezingen rond de wereld te bereiken, profileren, en te overtuigen.

Deze Data Detox Stem Gids beschrijft een paar van de meest populaire methoden die kandidaten gebruiken om je steun te krijgen. Met deze kennis kun je stemmen met de wetenschap van hoe en wanneer deze overtuigingsstechnieken op jou worden gebruikt.



1.

WAAR KRIJGEN CAMPAGNES INFORMATIE OVER MIJ?

Politici, politieke partijen, en politieke campagnes zijn geïnteresseerd in je koopgedrag, je levensstijl, je online activiteit, en veel meer. Hoe krijgen ze toegang tot deze data? Op verschillende manieren: het kan – voor de juiste prijs – door data-makelaars geleverd worden, big tech bedrijven, stem databases, en meer. Nederlandse politieke partijen hebben relatief kleine budgets, wat de hoeveelheid data-intensief campagne voeren begrenst. Alhoewel, gezien de dalende kosten van deze digitale diensten, zal geld niet de grootste barrière zijn in toekomst.

Big Tech Bedrijven: Bedrijven als Google en Facebook zijn toegangspoorten tot je data voor politieke partijen. Google en Facebook beheersen de digitale reclameindustrie, omdat **ze zoveel data hebben** over hun biljoenen gebruikers. Deze rijke hoeveelheid aan data betekent dat klanten die willen adverteren op Google of Facebook – inclusief politici en politieke partijen – advertenties kunnen kopen die gericht zijn op hun voorkeurspubliek. Politieke partijen en kandidaten geven in het algemeen een groot deel van hun budget uit aan dit soort 'micro-gerichte' advertenties.

Datamakelaars en Politieke Consultants: Politische Campagnes kunnen ook data over jou verkrijgen door het te kopen van data makelaars. Dit zijn grote bedrijven die vaak in het bezit zijn van ongelofelijk gedetailleerde data over miljoenen mensen over de hele wereld. Politici kunnen deze gedetailleerde data gebruiken om meer te weten te komen over hun aanhangers of potentiële stemmers. Naast datamakelaars bieden politieke adviesgevers ook hun eigen, op maat gemaakte, datasets over kiezers.

Andere Bronnen: Politieke campagnes kunnen ook van veel andere bronnen data over kiezers verkrijgen, waaronder:

- officiële stemmer registratie (In Nederland zijn er geen officiële stem logboeken, maar stemdata en -diensten zijn commercieel verkrijgbaar).
- databanken van ondersteuners
- opiniepeilingen en enquêtes die gedaan worden door werving en telebankieren
- overheids archieven van opkomst en winnende kandidaten van afgelopen verkiezingen in jouw buurt

Zelfs dingen zoals waar je inkoop, wat je koopt, wat je online post, je kredietscore, en je opleiding, geven politieke partijen meer informatie dat gebruikt kan worden om je te begrijpen en bereiken.

TIP #1: Verander je routines

Sinds je koopgedrag zo waardevol is voor politieke campagnes, waarom gooii je het dan niet eens helemaal door elkaar? Je kan, bijvoorbeeld, je klantenkaart ook eens niet gebruiken, af en toe contant betalen in winkels, of even goed bedenken of je je echt wel wil aanmelden voor de zoveelste lokale nieuwsbrief, waarvoor je ook je persoonlijke details moet invullen.

Dit artikel geeft een goed beeld van hoe consumenten gegevens strategisch gebruikt worden in verkiezingscampagnes.
<https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/consumer-data>



→ 2.

WAT ZEGT MIJN SOCIALE MEDIA OVER MIJ?

Heb je Tweets gestuurd over een demonstratie tegen klimaatverandering? Gebruik je uitroeptekens in je Facebook posts om je ongeloof uit te drukken? Deze voorbeelden klinken wellicht als onschuldige details, maar juist dit soort bij elkaar verzamelde informatie kan **veel over je verhullen** aan politieke partijen die jou willen bereiken. Er zijn bedrijven die door het analyseren van je posts op sociale media kunnen begrijpen wat je drijfveren en interesses zijn, of je meer van boze of verdrietige berichten houdt, van video of text, of hoe je over bepaalde thema's denkt.

Digitaal luisteren is de naam van deze methode van iemands interesses onderzoeken, gebaseerd op wat en hoe die persoon zich uit op sociale media. Het 'luisteren' naar sociale media kan kandidaten helpen begrijpen wat het publiek over hun denkt. Het kan campagnes ook helpen met het identificeren van onderwerpen die de stemmers bezig houden en kan zelfs politieke influencers lokaliseren, door te leren wie de vormgevers zijn van het politieke landschap.

Na een analyse te hebben gemaakt van wat mensen zeggen op Twitter over onderwerpen van migratie tot prostitutie zou een campagne bijvoorbeeld drie berichten op kunnen stellen: één om mensen te bereiken die het zat zijn om over verkiezingen en politiek te praten, één voor mensen die sterk voor een bepaald thema zijn, en tenslotte, een bericht voor mensen die duidelijk tegen dat thema stelling nemen

Een andere manier dat campagnes data kunnen verzamelen over je online betrokkenheid, is door het testen van variaties van een advertentie of email. Dit heet A/B testen. De campagne kan testen of een knop op een website, zoals "Registreer hier als vrijwilliger voor de campagne!" meer registraties verzamelt als de knop blauw is of rood (een helft van de stemmers krijgt de blauwe knop te zien, de andere helft ziet de rode knop). Soortgelijke tests worden gedaan op emailonderwerpen, alsook op afbeeldingen die worden gebruikt op campagnewebsites.

Bedrijven of organisaties zijn niet altijd duidelijk in hoeverre ze toezicht houden over het gedrag rondom sociale media. Dit maakt het moeilijk om te weten wanneer er naar je 'geluisterd' wordt. Je moet er echter vanuit gaan dat - door een gesprek te voeren in een publieke ruimte zoals Twitter, of door het voeren van een Facebook account, of het deelnemen aan openbare Facebook groepen - dat je posts, clicks, en antwoorden gebruikt kunnen worden om te begrijpen over welke politieke kwesties je wilt praten of wat je standpunt is over bepaalde thema's.

TIP #2: Personaliseer Je Sociale Media Voorkeuren

Er is een aantal stappen die je op sociale media platforms kan ondernemen om te proberen te verminderen hoe veel je data gebruikt kan worden voor het aanpassen van de politieke advertenties die je ontvangt.

Kijk je profielopties en -voorkeuren na voor manieren om de advertentie- en marketingvoorkeuren te veranderen, en/of je activiteitengeschiedenis op verschillende platformen te wissen, zodat ze minder direct verbonden zijn met je online activiteiten.

Lees <https://datadetoxkit.org/en/privacy/profile> om meer te leren over hoe je dit kan doen.



3.

HEB IK TOEGESTEMD MIJN DATA TE DELEN?

Politieke partijen zijn verplicht om je toestemming te vragen voordat ze je persoonlijke data verzamelen. Maar wanneer je op een website of nieuwsbrief ik accepteer klikt, is het niet altijd duidelijk welke persoonlijke data je precies toestemt om openbaar te maken.

De kleine druk in privacybeleid of onduidelijke of verborgen disclaimers, kunnen het moeilijk maken om precies te weten wat voor data verzameld wordt en hoe het wordt gebruikt.

Wellicht is jou dezelfde advertentie opgevallen die je als het ware achtervolgt, waar je ook bent op het internet. Dit is geen toeval! Bedrijven gebruiken een combinatie van cookies en webbakens (samen met andere technieken) om gebruikers te volgen terwijl zij op het internet surfen, of gebruik maken van diensten op een mobiele telefoon. Deze diensten stellen adverteerders in staat om je te achtervolgen met gerichte reclame.

Een politieke partij kan bijvoorbeeld jouw click volgen op hun Facebook-advertentie die naar hun website leidt. Vervolgens kunnen ze zien welke pagina's je op die website bezoekt; zoals, bijvoorbeeld het deel over hun onderwijsbeleid, of hun donatiepagina. Vervolgens kunnen politieke partijen aan de hand van deze informatie, jou benaderen met een op maat gemaakte advertentie, gebaseerd op die onderwerpen waar jij je voor interesseert. Verder nog, deze zelfde advertentie verschijnt vervolgens ook op andere ongerelateerde websites die je bezoekt.

De organisaties die deze websites behoren, verplicht zijn om jouw toestemming te vragen. Vaak is het echter zo dat je toestemming geeft door op 'accepteer alle cookies' te klikken, omdat dit vaak de enige manier is om snel toegang te krijgen tot informatie op een website. Door dit te doen kan het zijn dat je controle verliest over hoe je persoonlijke data gebruikt worden.

Nederlands Recht: Er zijn relatief weinig Nederlandse wetten over politieke advertenties en politieke partijen, omdat de overheid probeert zich niet in politieke kwesties te mengen. In mei 2018 werd de Algemene Verordening Gegevensbescherming in de Europese Unie in werking gezet. De AVG is een verzameling van wetten ontwikkeld voor het beveiligen van de data van consumenten en stemmers. Maar, als één expert reeds opmerkte, "De AVG is waarschijnlijk geen volledige oplossing voor het probleem van inbreuken op privacy. Niettemin is deze regeling het wel succesvol in zoverre dat het gebruik van persoonlijke data, vanuit een sociaal perspectief, minder wenselijk wordt gemaakt."

Omdat het inmengen in persoonlijke data een gevoelige kwestie geworden is, doen politieke partijen veel moeite om op dat gebied dan ook geen associaties op te roepen bij het stemmende publiek. Dat betekent echter niet dat politieke partijen – en de winstgevende bedrijven die hun van data voorzien – stem data niet meer gebruiken. Het kan goed zijn dat ze enkel voorzichtiger zijn geworden en meer letten op mogelijke manieren dat ze ontdekt zouden kunnen worden.

Ten gevolge, wanneer het op verkiezingen aankomt, blijft het belangrijk dat stemmers over hun eigen gegevens zelf de controle behouden en uitoefenen.

TIP #3: Beveilig Je Mobiele en Desktop Browsers

Om sommige van deze door politieke partijen gebruikte online trackers vóór te zijn:

- Gebruik – wanneer mogelijk – Privé / Incognito Browsing
- Installeer browser-extensies, zoals Privacy Badger en uBlock Origin, om trackers onder controle te houden. (Sinds dit browserextensies zijn, zul je nog steeds wel gerichte advertenties tegenkomen in de apps die je gebruikt).
- Activeer de "Niet Traceren" functie in je browserinstellingen (websites zijn niet verplicht om hieraan te voldoen, maar er wordt een duidelijk signaal verstuurd dat je definitief niet getraceerd wil worden).
- Gebruik andere / overige hulpbronnen van de Data Detox Kit, om controle te nemen van advertenties traceren.

HOE WORDEN POLITIEKE ADVERTENTIES OP MIJ GERICHT?

Sociale media platforms hebben toegang tot een grote verscheidenheid aan potentieel bruikbare data over stemmers. Door deze toegang tot zo een hoeveelheid aan bruikbare gegevens, zijn sociale media websites fantastische plekken voor politieke campagnes om advertenties te plaatsen. Politieke campagnes kunnen Facebook (ook eigenaar van Instagram), Google (eigenaar van Youtube, Google Search, en Google Maps), en Snapchat gebruiken om zich op jou te richten met specifieke advertenties, gebaseerd op categorieën als leeftijd, locatie, en geslacht. Maar ze kunnen ook zeer specifieke informatie gebruiken, zoals met wat voor inhoud je het meest engageert op hun platforms (inbegrepen hierbij zijn ook 'Like's' en commentaren op FB of blogposts).*

Bovendien, bieden sociale media platforms speciale diensten voor politieke campagnes. Wellicht weet je niet dat Facebook het uploaden van stemlijsten naar Facebook door politieke campagnes toestaat. Dit betekent dat ze persoonlijke gerichte, gepersonaliseerde advertenties kunnen sturen, alleen naar de namen op die stemlijsten. Bovendien maken Facebook en Google het zelfs mogelijk voor politieke adverteerders om mensen te benaderen met soortgelijke profielen als de stemmers op hun lijsten. Al deze diensten, ontwikkeld voor politieke campagnes, hebben het mogelijk gemaakt voor Nederlandse politieke partijen om zich op specifieke doelgroepen van potentiële stemmers te richten (zoals bijvoorbeeld 'jonge Marokkaanse moeders' en 'leden van de lgbt gemeenschap').

Facebook heeft ook geholpen om politieke campagnes te optimaliseren, en hun advertenties te richten naar psychologische kenmerken van gebruikers. De Cambridge Analytica zaak liet zien hoe een data bedrijf grote hoeveelheden data van Facebook gebruikte om stemmers in te delen onder profielen gebaseerd op hoe 'open, gewetensvol, extrovert, aangenaam, of neurotisch' ze gevonden werden. Deze techniek, en andere soortgelijke, wordt door veel andere bedrijven dan alleen Cambridge Analytica gebruikt, om jou als consument of stemmer te profileren. De Oosterse film Made2Matter, bijvoorbeeld, heeft gewerkt met zowel de Volkspartij voor Vrijheid en Democratie, als ook de Forum voor Democratie. Het bedrijf beweert "wegblokkades voor vertrouwen te identificeren"; namelijk, door het meten van mate van – onder andere – spanning, vreugde, acceptatie, angst, woede, nieuwsgierigheid, en aandacht.

TIP #4: Blijf Geïnformeerd: De onderstaande bibliotheken en overig leesmateriaal, kan behulpzaam zijn mocht je meer inzicht willen verkrijgen in het landschap van politieke advertenties:

Facebook Ad Library:
<http://www.facebook.com/ads/library/>

Google Transparency Report:
<http://www.transparencyreport.google.com/political-ads/overview>

Snap Political Ads Library:
<http://www.snap.com/en-US/political-ads/>

Je kan deze bronnen gebruiken om te zien hoeveel geld campagnes hebben uitgegeven en aan welke advertenties, in welke locaties, als ook algemene demografische informatie. Helaas zijn deze hulpmiddelen, ter bevordering van transparantie, nog niet in alle landen beschikbaar waar politieke advertenties worden gesteund.

Daarnaast is het **Ad.Watch** project aan te bevelen. Dit project biedt een alternatieve blik op de Ad Library, van Facebook. Of overweeg om de browser extension **Who Targets Me** te installeren. WhoTargetsMe is een programma dat onderzoek doet, voor het openbaar belang, naar het gebruik van politieke advertenties in landen rondom de wereld.



*Notitie: vanaf Juli 2020, wordt, naar verluidt, het beleid aangaande politieke advertenties, bij sommige bedrijven, waaronder Facebook, opnieuw geëvalueerd.

HOE WETEN CAMPAGNES WAAR IK STA (LETTERLIJK)?

Jouw locatie zegt veel over je. Alleen al de stad en buurt waar je woont kan een idee geven over welke vraagstukken het belangrijkst zijn voor je. Hetzelfde geldt voor informatie over waar je je begeeft.

Je aanwezigheid in een bepaalde kroeg op een vrijdagavond, of een gebedsplaats, bijvoorbeeld, kan informatie weergeven over je houding ten opzichte van bepaalde thematiek. Dit kan waardevol zijn voor campagnes die politieke thema's aankaarten. Door te weten wat je standpunt is, kunnen deze bedrijven besluiten om je te benaderen met bepaalde berichten of juist om je compleet te negeren.

Locatiedata is niet slechts informatie over waar je je begeeft op een kaart. Het schetst ook een beeld van wat je graag doet en waar je interesses liggen. **Enige vorm van locatie data wordt gebruikt om mensen te benaderen in zo ongeveer elke verkiezingscampagne wereldwijd.**

Bijna alle campagnes gebruiken grote technologische platforms voor het geo-targeting van advertenties (gebaseerd op waar je bent en waar je je heen begeeft), zij het in een bepaalde stad, district, buurt, of zelfs een individueel huishouden.

Geo-targeting kan vele vormen nemen, maar de drie meest voorkomende zijn:

- Het creëren van een virtuele 'geo-fence' rondom een specifiek punt in de echte wereld (zoals een specifiek gebouw of gebeurtenis) die een aanleiding zijn voor het verschijnen van politieke boodschappen wanneer mensen zich er doorheen bewegen
- Het identificeren, bij benadering, van locaties van stemmers, gebaseerd op hun IP adres
- Het gebruik van demografische informatie, zoals postcodes, om stemmers te benaderen met politieke berichten

Het zijn niet alleen bedrijven die specialiseren in politieke campagne diensten, die gebruik maken van dit soort locatie-gebaseerde targeting. Er zijn ook gevallen bekend van andere bedrijven die toegang hebben tot locatie informatie, of deze informatie verzamelen, en politieke partijen met deze gegevens hebben voorzien. The Weather Channel App, bijvoorbeeld, heeft locatieinformatie toegankelijk gemaakt voor politieke advertenties. Terwijl Snapchat een populair platform is voor politieke partijen om zich te richten op stemmers met advertenties gebaseerd op hun locatie.

TIP #5: Begrens Wie Weet Waar Je Bent

Overweeg je om een politieke bijeenkomst of demonstratie te bezoeken, of simpelweg naar je stembureau? Neem dan enkele maatregelen tegen locatie-gebaseerde targeting door je locatie data niet openbaar te geven.

Wis je locatie voetafdruk van je mobiele apparatuur.

<https://datadetoxkit.org/en/privacy/essentials#step-2>



→ 6.

LAAT JE STEM HOREN



Als je meer wil doen om controle te nemen van hoe je persoonlijke data gebruikt wordt in verkiezingen, kan je helpen door het verspreiden van de boodschap

TIP #6: Spreek je uit

Praat of schrijf aan vertegenwoordigers en politieke partijen in jouw kiesgebied en vraag ze hoe zij jouw data gebruiken in hun politieke campagne.

Als je zorgen hebt over een bepaalde praktijk, zoals bijvoorbeeld locatie-gebaseerd profileren, schrijf of bel dan en laat ze weten hoe je je voelt.

7. ←

NEEM EEN STELLING

De complexe en onduidelijke manieren waarop deze campagne technologieën gebruikt worden, kunnen je in toenemende mate ontmoedigen en niet verbonden laten voelen met wat juist een van de meest belangrijke processen is in een democratie – de daad en recht om te stemmen. Zodra je begrijpt hoe jouw persoonlijke data gebruikt wordt om je te overtuigen in een verkiezing, op dat moment ben je in staat om meer overwogen en geïnformeerde politieke beslissingen te nemen. Als je anderen de mogelijkheid wil gunnen om tot hetzelfde in staat te zijn, verspreid dan deze boodschap.

TIP #7: Vertel Het Je Gemeenschap

Praat met je vrienden en familie over hoe jouw (en hun) informatie gebruikt wordt tijdens campagne seizoenen en hoe dit de manier kan veranderen waarop zij benaderd worden. Hoe meer mensen dit weten en hoe meer over dit onderwerp wordt gepraat, des te waarschijnlijker is het dat er echte verandering plaats zal vinden. Dus, deel deze Stem Gids alsjeblieft met anderen!