

Facebook, het ultieme inlichtingenbedrijf

Je kan Facebook vergelijken met de *people's secret service*. Want hoe je het wendt of keert, uiteindelijk zijn het de internetgebruikers die vrijwillig hun persoonlijke leven prijsgeven aan het commerciële bedrijfsleven en de overheid.

In het voorafgaande artikel 'Met de billen bloot op Facebook', over Facebook *profiling*, gaat het vooral over netwerken waarin mensen zich bevinden. *Profiling* bestaat echter niet alleen uit netwerkanalyse, maar ook uit identificatie-analyse. Wie de profielen van Margriet, Barbara en Laurens bekijkt, krijgt niet alleen de beschikking over veel informatie met betrekking tot familie, vrienden, kennissen, heden en verleden, maar ook voorkeuren.

Facebook fungeert als een soort inlichtingendienst. Het verzamelt informatie die mensen zelf aanleveren. Het lijkt anders dan het persoonsdossier van de inlichtingendienst die bestaat uit krantenartikelen, mediaoptredens, twitterberichten, Facebook postings, vergadernotulen, observatieverslagen en telefoon-/internettaps.

Verzamelwoede

Wie echter inzoomt op de Facebook-data constateert dat het commerciële internetbedrijf dezelfde data beheert die inlichtingendiensten proberen te verzamelen. Informatie die betrekking heeft op persoonlijke voorkeuren, relaties, contacten en netwerken. Het verschil met inlichtingendiensten is dat Facebook niets hoeft te doen voor die dataverzameling. Zij stelt een gratis dienst ter beschikking. Gratis betekent in dit geval natuurlijk niet voor niets. Daarbij gaat het bij Facebook allang niet meer om de advertenties die je moet tolereren.

Het Facebook-beeld van de drie aan ons visualisatie-/analyseproject deelnemende activisten geeft een aantal zaken weer, waar inlichtingendiensten ook constant naar op zoek zijn. Wie zijn je vrienden (op Facebook), bij welke actiegroepen en politieke partijen ben je aangesloten en voor welke demonstraties en acties heb je sympathie. *Likes* spelen daarbij natuurlijk een rol, maar het gaat ook om de interactie en de berichten die gekoppeld zijn aan die politieke voorkeuren.

Met de *subscribe* knop kan Facebook waarde koppelen aan verschillende persoonlijke relaties die je hebt. De relaties en voorkeuren leggen je sociale leven bloot. Naar welke

muziek luister je graag, welke boeken lees je en hoe (e-book of papier), favoriete tv-series, de sport die je beoefent, de games die je speelt als je je even verveelt.

Dit is geen persoonlijke informatie die Facebook aan mensen ontfoetselt. Het is geen inlichtingendienst die je bibliotheekgegevens opvraagt om te weten welk boek je hebt geleend. Mensen leveren Facebook al hun data aan, vrijwillig zonder dwang. Hooguit kun je spreken van groepsdruk, druk van het argument 'iedereen gebruikt het'.

De kennis van het bedrijf over je sociale leven strekt zich uit van je voornaam, achternaam, geboortedatum en leeftijd tot aan je afkomst, je gezicht (scan), zeg maar je GBA (Gemeentelijke Basis Administratie) gegevens. Maar Facebook beschikt ook over gegevens betreffende je basisschool, middelbare school en hoger onderwijs (DUO Dienst Uitvoering Onderwijs gegevens), tot aan je seksuele oriëntatie (GGD gegevens in verband met inentingen en tests op HIV en andere seksueel overdraagbare ziekten), je huidige en voormalig werkgevers (UWV en DWI gegevens), partner en ex-partners (GBA gegevens), creditcard gegevens (banken/ en creditcard bedrijven), fysieke locatie (telefoonmaatschappijen en internetproviders). Gegevens die overheidsdiensten bij allerlei instanties moeten opvragen.

Duistere achterkant

Mensen delen veel en Facebook vraagt ook regelmatig om je profiel volledig in te vullen. Inlichtingendiensten kloppen bij al die instanties aan, of proberen direct en constant toegang tot deze data te verkrijgen. Aan de achterkant weet je eigenlijk niet wat Facebook met die data doet. Advertenties koppelen aan je profiel is de meest opvallende, maar die achterkant blijft duister.

Met de onthullingen van Edward Snowden over datastofzuiger de National Security Agency (NSA), is duidelijk geworden dat multinationals zoals Facebook, maar ook Google, Microsoft en Apple hun achterdeur voor de inlichtingendienst(en) open zetten. Het Amerikaanse blad *Mother Jones* kopte in december 2013: '*Where Does Facebook Stop and the NSA Begin?*'

Toch is deze weergave niet helemaal correct. Het lijkt eerder op de omgekeerde wereld. 'Waar stoppen de inlichtingendiensten en gaat het bedrijf Facebook verder?' Dit zit niet in de interacties tussen je vrienden op Facebook of met groepen; Facebook wil veel meer van je weten en of je nu ingelogd bent of niet, het bedrijf zorgt ervoor dat ze op

de hoogte is van wat er in je leven gebeurt.

Eind oktober 2013 vertelde analist Ken Rudin van Facebook dat het bedrijf testen uitvoert om cursorbewegingen van individuele burgers op Facebook vast te leggen en te analyseren. Het gaat hierbij om het vastleggen van bewegingen met de muis naar locaties op het scherm om vervolgens daaruit af te kunnen leiden wat de interesse is van de afzonderlijke gebruikers.

De analist beweerde dat dit van doen heeft met het plaatsen van advertenties, maar uiteindelijk heeft het te maken met het profileren van de gebruikers. Zo kan Facebook namelijk ook zien of de persoon tijdens het gebruik van het sociale medium naar zijn telefoon of computerscherm kijkt, hoe lang, wanneer en wat. Allemaal nog wel gerelateerd aan de website van het bedrijf, maar met aanvullende functies als de sport applicatie pedometer kan Facebook vastleggen hoe lang, waar en wanneer je hebt hardgelopen of gewandeld.

Het duurt niet lang meer voordat het bedrijf je algehele conditie heeft doorgrond als aanvullende applicaties over bloeddruk en hartslag beschikbaar worden gesteld. Zo ontwikkelt Google een slimme contactlens voor diabetes patiënten en investeert zij in bedrijven die zicht bezig houden met diabetes. Allemaal gratis natuurlijk. Of is het niet gratis?

Rijkdom aan informatie

Facebook wil graag toegang tot de microfoon van je computer, headset of telefoon en dringt daarmee door tot in je huiskamer waar je, misschien zonder Facebook, naar muziek luistert die de private inlichtingendienst dan kan horen en toevoegen aan het profiel van jou. Hoe iemand zich voelt komt zo binnen bereik van het bedrijf. Want zelfs als je een andere naam, adres, geboortedatum en andere zaken opgeeft, volgt het bedrijf je. Het legt het apparaat vast waarmee je op Facebook bent ingelogd, met bijbehorend ip-adres, maar ook je locatie, tijdzone, datum en tijdstip.

Ook al vermijdt je te *liken*, het private bedrijf volgt je stappen langs de *'events'* en *'checkins'*, de websites die je bezoekt zodra je geobserveerd wordt door Facebook. Zo kan het bedrijf kennis nemen van jouw favoriete café's, restaurants, gerechten en recepten. Het inlichtingenbedrijf legt vast welke mensen je regelmatig bezoekt, op welke locaties je fotografeert en filmt, met wie je chat en welke groepen je in de gaten houdt.

Foto's en films die worden toegevoegd aan Facebook bevatten een rijke verzameling aan extra gegevens, zoals met welk apparaat ze zijn gemaakt, sluitertijd en diafragma, locatie, auteur, tijd etc. En van de chats en berichten bewaart Facebook ook de uitgewiste stukken tekst. Je wilt een vriend schrijven dat hij een 'eikel' is, maar wist dat vervolgens uit omdat je je vriendschap ermee niet op het spel wilt zetten. Je stuurt deze vriend een berichtje dat je geen tijd hebt dit weekend. Facebook weet zo meer over jouw relatie met die vriend, dan die vriend zelf.

Bij dit alles moet worden aangetekend dat je ingelogd moet zijn op 'jouw' Facebook-pagina en dat je bepaalde applicaties hebt geïnstalleerd en aan hebt staan, zoals GPS voor je plaatsbepaling en de pedometer voor je hardloop *tracking*. Met de gezichtsherkenning kunnen mensen die onzichtbaar willen zijn door Facebook uit de duisternis worden getrokken. Niet door het bedrijf zelf, maar door haar medewerkers, de gebruikers van Facebook. Wie gaat er echter zo bewust mee om? En vooral: wie staat er bij stil dat jouw identiteit altijd gekoppeld is aan die van anderen?

In die zin is Facebook de ultieme inlichtingendienst. Het bedrijf is de *people's secret service*, wat zoveel inhoudt dat de individuele gebruikers het werk als medewerkers van de geheime dienst vervullen voor henzelf en voor anderen. De Stasi zou haar vingers erbij aflikken, vandaar dat inlichtingendiensten als de NSA graag toegang hebben tot de achterkant van Facebook, het bedrijf zal de vergaarde informatie ook zonder blikken of blozen vrijgeven.

Steun overheid van belang

Het vrijgeven van vergaarde persoonlijke informatie aan inlichtingendiensten heeft met verschillende aspecten te maken. Ten eerste zijn grote internationaal opererende bedrijven afhankelijker van hun 'nationale regering' dan ze zelf zullen toegeven. Zo onderhoudt Shell innige relaties met zowel de Nederlandse als de Britse regering om haar operaties in het buitenland veilig te stellen. Als er ergens iets misgaat wordt zowel het diplomatieke als het militaire apparaat van het 'thuisland' gemobiliseerd.

Amerikaanse bedrijven als Facebook en Google zullen dat ook doen. Als Gmail (Google) wordt gehackt zal het bedrijf de Amerikaanse overheid over haar schouder laten meekijken, maar diezelfde overheid zal langs diplomatieke, en zo nodig langs militaire (in dit geval waarschijnlijk cyber-militaire) weg,

het bedrijf ondersteunen. Dat is natuurlijk niet vreemd, Google is een groot bedrijf en van belang voor de Amerikaanse economie en hegemonie.

Hetzelfde geldt voor Facebook waarvan diverse accounts begin 2013 werden gehackt. De Amerikaanse overheid zal vaak worden gevraagd om 'officieel' te reageren om in veel gevallen de Chinezen terecht te wijzen. Die steun van de Amerikaanse overheid is echter ook niet gratis. Zij zal druk op de bedrijven uitoefenen om de achterdeur voor inlichtingendiensten als de NSA, maar ook de FBI, open te houden. Je kunt bijna spreken van public private partnership waarbij multinationals vaak niet voor de overheidsdiensten hoeven te betalen.

Daarnaast proberen overheden een zo fijnmazig netwerk te creëren van diplomatieke posten en ambassades om hun land in het buitenland te promoten. Die posten hebben ook een andere functie. De onthullingen van Snowden hebben onderstreept dat de Amerikanen en bevriende naties als Canada, Australië, Groot-Brittannië en Nieuw Zeeland die diplomatieke posten gebruiken om in de gehele wereld de mogelijkheid te hebben om af te luisteren.

Werknemers van internationale bedrijven die wereldwijd opereren, zullen regelmatig gevraagd worden bij te dragen aan de inlichtingenoperatie van die overheid. Zij zitten vaak op andere plaatsen dan de diplomaten die vaak onder een vergrootglas in het buitenland opereren. Landen proberen dus hun zicht op het buitenland, de concurrenten en de vijanden zo scherp mogelijk te krijgen. Hoe meer diplomatieke posten en meewerkende bedrijven hoe scherper het beeld. Facebook probeert eigenlijk hetzelfde te doen met de data die zij van haar gebruikers verzamelt en analyseert. Hoe meer data, hoe scherper de analyses en hoe meer zicht op de verbanden en de interacties, hoe helderder het beeld.

In de loop der jaren heeft Facebook het aantal pixels (punten) van de foto van de profielen vergroot. Uiteindelijk werkt zij aan een haarscherp beeld van het profiel van haar gebruikers. Facebook realiseert dit zelf ook. Op 12 november 2013 diende het bedrijf een patent aanvraag in, de '*178th patent application for a consumer profiling technique the company calls inferring household income for users of a social networking system*' (Facebook Future Plans for Data Collection Beyond All Imagination, 4 december 2013).

Deze aanvraag omschrijft de hoeveelheid en diversiteit van de data. Facebook heeft sinds oktober 2013 1,189,000,000 actieve

gebruikers in de gehele wereld. Die data gebruikt het bedrijf nu al voor sociaal wetenschappelijk onderzoek door het Data Science Team van het bedrijf. Dit team doet niet alleen onderzoek naar de data, maar gebruikt de gebruikers ook als onderzoeksmateriaal, zoals het onderzoek van Eytan Bakshy die de toegang tot materiaal van 250 miljoen gebruikers manipuleerde. De gebruikers als proefpersonen in de ideale wereld van Facebook.

Gewoon een bedrijf

Uiteindelijk is Facebook natuurlijk geen gratis dienst. In eerste instantie zal het vooral proberen geld te verdienen door de verkoop van gebruikersprofielen ten bate van gerichte advertenties. De volgende stap heeft het bedrijf al gezet door de voorwaarden die ze stelt voor het aanmaken van een Facebook-pagina. Foto's en films zijn in principe niet meer je eigendom. Het bedrijf kan die foto's rechtenvrij gebruiken. Dit geldt natuurlijk ook voor Instagram. Andere bedrijven als Twitter (Twitpic's) doen hetzelfde.

Wat geldt voor foto's en films geldt natuurlijk ook voor teksten en andere content die je aan je pagina toevoegt. Voor deze zeer positieve voorwaarden is het bedrijf natuurlijk ook afhankelijk van de Amerikaanse overheid. Mocht wetgeving plotseling veranderen en gebruikers geld van Facebook eisen, zou dat voor het bedrijf een ramp zijn.

Afgaande op de totale omvang van de gebruikers, bijna evenveel als China inwoners heeft, en data die het bedrijf heeft verzameld en beheert, zou je bijna vergeten dat het gewoon een bedrijf is met 6.818 werknemers, een raad van bestuur en aandeelhouders die uiteindelijk graag hun inleg en winst terug willen zien.

De raad van bestuur geeft inzicht op welke plek Facebook in de markt staat. De verschillende leden zijn uit allerlei windstreken gerekruteerd. Natuurlijk Google Inc., Microsoft Corp. en haar dochter Skype, eBay Inc. en andere technologiebedrijven, maar ook entertainment bedrijven als Netflix en Walt Disney Co. Alsmede enkele banken, zoals Morgan Stanley & Co. LLC en Credit Suisse, maar ook The World Bank Group.

Contacten met de politiek zijn ook van belang, dat vindt plaats via oud-leden van de White House Chief of Staff of de US Department of The Treasury. En tot slot natuurlijk de ouderwetse consumentenmarkt zoals General Motors Corp. en Starbucks. Met een klein aantal leden van de raad van bestuur

dekt Facebook haar contacten in verleden en heden af. Uiteindelijk is en blijft het gewoon een bedrijf, misschien wel een private inlichtingendienst, maar zonder winst zullen op een gegeven moment de aandeelhouders weglopen en valt het om.

Alternatieven?

Wat er met de vergaarde persoonlijke data gebeurt zodra het bedrijf failliet gaat, is onduidelijk. De overname van Whatsapp door Facebook liet zien dat gebruikers zich plots beducht waren voor hun persoonlijke informatie en op zoek gingen naar 'alternatieven'.

Aan de bestaande alternatieven kleven eigenlijk dezelfde bezwaren als aan Facebook. Google Hangouts maakt onderdeel uit van een andere multinational, net als Imessenger. Bij Telegram werd geroepen dat het een Russische app is, maar waarom dat slechter is dan een Amerikaanse Whatsapp, los van de technische mankementen, blijft onduidelijk.

Uiteindelijk gaat het niet meer om een discussie over privacy, burgerrechten en/of bigdata. Facebook verzamelt namelijk niet zelf de data, zij verkrijgt het van haar gebruikers/agenten en die staan de persoonsgebonden informatie geheel vrijwillig af. Los van groepsdruk is er geen sprake van drang en dwang.

De Facebook inlichtingendienst stelt indirect solidariteit en de minderheid centraal. Hoe solidair zijn wij met mensen die misschien wel op de foto willen maar niet *getagd* willen worden. Die wel iets schrijven maar niet *geliked* willen worden. Die wel op de foto willen maar zich niet op Facebook geplaatst willen zien. Het debat rond Facebook gaat ook over pluriformiteit versus uniformiteit. Over allemaal hetzelfde, Facebook, of iedereen iets anders.

Observant 65, 30 juni 2014
Buro Jansen & Janssen 2014

Facebook registreert in meer of mindere mate het volgende van jou:

Je cursor bewegingen, geo-locatie, meta-data van foto's en films (type, sluitertijd, geo-locatie indien gps aanstaat, auteur), biometrische gegevens (scan van het gezicht, matched zeer goed), chat gegevens en tekst die je zelfs niet verstuurd hebt, *likes*, vrienden, politieke kleur, seksuele oriëntatie, school, afkomst, ip-adressen van ingelogd zijn, wanneer je op je scherm van de smart device kijkt, welke *smart devices* waarmee je op Facebook bent, wanneer je achter de computer zit, hoelang je achter de computer zit, leeftijd, voormalige werkgevers en huidige, partner, familie, vrienden, ex-vriendinnen, muziek, boeken, films, series, games, sport, interacties tussen alle vrienden groepen, welke websites je bezoekt als je ingelogd bent, welke content je bekijkt op Facebook zelf, andere biometrische gegevens (zoals stappen, algehele conditie met sport applicaties).

What Facebook knows

www.technologyreview.com/featuredstory/428150/what-Facebook-knows/

Facebook's Future Plans for Data Collection Beyond All Imagination

www.alternet.org/civil-liberties/how-Facebooks-applications-patents-give-away-its-designs-profitng-our-behavior

How Facebook Uses Your Data to Target Ads, Even Offline

lifesacker.com/5994380/how-Facebook-uses-your-data-to-target-ads-even-offline

What Facebook Collects and Shares

www.mysecurecyberspace.com/articles/features/what-facebook-collects-and-shares.html

Report: Facebook Is Collecting Data on Your Cursor Movements

mashable.com/2013/10/30/Facebook-data-cursor-movements/

Your Facebook Data File: Everything You Never Wanted Anyone to Know

searchenginewatch.com/article/2114059/Your-Facebook-Data-File-Everything-You-Never-Wanted-Anyone-to-Know

Who Owns Photos and Videos Posted on Facebook, Instagram or Twitter?

www.nyccounsel.com/business-blogs-websites/who-owns-photos-and-videos-posted-on-Facebook-or-twitter/

Where Does Facebook Stop and the NSA Begin?

webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aUXOidL3e-gJ:www.motherjones.com/media/2013/10/facebook-personal-data-online-privacy-social-norm+&cd=1&hl=nl&ct=clnk&gl=nl&client=opera

Facebook Tests Software to Track Your Cursor on Screen

<http://blogs.wsj.com/cio/2013/10/30/Facebook-considers-vast-increase-in-data-collection/>