Dit document is gedownload door () op November 3, 2026.
Mag alleen gekopieerd worden voor gebruik binnen de school van 'gebruiker'. Zie ook de abonnementsvoorwaarden van Leapo.

Dure data

Tijdens deze les gaan de leerlingen ervaren hoe media-bedrijven online data verzamelen van mensen. Ook leren ze waarom bedrijven deze data verzamelen en wat de risico's hiervan zijn.
Totale duur: 1 lesuur

LESOPBOUW

- Introductie: Welke data wordt er van je verzameld en door wie?
- Verdieping: Wat wordt er met je data gedaan en waarom moet je voorzichtig met je data zijn?
- Doen: Een gerichte advertentie maken voor je klasgenoot.
- Afronding: Opdracht bespreken en terugblikken op de les

VOORBEREIDING & BENODIGDHEDEN

Van tevoren kun je een aantal dingen doen:

- Lees de handleiding en bekijk de lesbrief
- Digibord met internetverbinding: klik door de slides voor op het digibord
- Voor elke leerling een werkblad
- Papier om op te tekenen/schrijven
- Pen/potlood/stiften

DIFFERENTIATIE

Laat de leerlingen bij een social mediabedrijf, zoals Facebook, hun data opvragen of downloaden. Ze kunnen onderzoeken welke gegevens daarin staan. Zijn ze verrast door de data? Vinden ze het veel? Laat ze vervolgens een klein onderzoek doen naar privacy-instellingen van een social-mediaplatform of site. Kunnen ze dingen aanpassen zodat er minder gegevens van jou worden verzameld? Willen ze dat doen of vinden ze het niet nodig? Was het makkelijk te vinden hoe en waar je aanpassingen moet maken?

VERBINDING MET BEROEPEN & ARBEIDSMARKT

De vaardigheden in deze les gaan over privacy en je digitale voetafdruk. Je kunt aan de slag bij social mediabedrijven als marketeer of data-analist of juist als jurist om mensen of bedrijven te beschermen. Of gebruik de vaardigheden om onderzoek te doen naar mensen of bedrijven, bijvoorbeeld als data-detective of als onderzoeksjournalist.

DOEL VAN DE LES

Domein curriculum 2021	Leerdoelen digitale vaardigheden	21st century skills
1 Data & informatie DG1.1 Van data naar informatie DG1.2 Digitale data	**1 Mediawijsheid** De leerling kent de commerciële motieven van digitale media	**1 Zelfregulering**
2 Digitale economie DG6.2 Digitale marketing	**2 Mediawijsheid** De leerling weet dat bedrijven gebruik maken van data om reclame te maken.	**2 Kritisch denken**
3 Veiligheid & privacy in de digitale wereld DG2.1 Veiligheid in de digitale wereld DG2.2 Privacy in de digitale wereld	**3 Mediawijsheid** De leerlingen hebben kennis van de sporen die door online aanwezigheid worden achtergelaten.	**3 Sociale & culturele vaardigheden**

INTRODUCTIE

Openingsslide



Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2019 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Patsboem! Educatief.

Dit document is gedownload door () op November 3, 2026.
Mag alleen gekopieerd worden voor gebruik binnen de school van 'gebruiker'. Zie ook de abonnementsvoorwaarden van Leapo.

Slide 1, Klassikaal

In 2018 mochten we in Nederland stemmen over de Wet op de inlichtingen en veiligheidsdiensten, oftewel de sleepwet. In die wet werd onder andere geregeld dat inlichtingendiensten ons internetverkeer kunnen bekijken als ze een onderzoek doen naar terrorisme. Voxpop vroeg mensen of ze voor of tegen de wet zijn, en of ze vinden dat ze iets te verbergen hebben. Bekijk het filmpje. Vraag de leerlingen om na te denken over dingen die zij liever niet met een ander zouden delen.



Slide 2, Klassikaal

Heel veel van jouw data worden al verzameld. Niet door de overheid, maar door internetbedrijven. Social media-platforms als Facebook en Instagram slaan data van jou op. Ook Google houdt bij welke zoekopdrachten jij doet en waar je bent.



VERDIEPING

Slide 3, Klassikaal

Bespreek met de leerlingen wat er verzameld wordt door internetbedrijven: Ze houden bij wie je bent, waar je bent geweest, met wie je gepraat hebt en waarin je geïnteresseerd bent. Ook houden ze bij wat je zoekopdrachten zijn geweest, waar je bent op het moment dat je inlogt bij bijvoorbeeld Facebook en welke berichten je liket en deelt.



Slide 4, Klassikaal

Bekijk de video met de klas. In deze video vragen twee influencers op social media hun gegevens op bij verschillende internetbedrijven. Ze krijgen een deel van hun data. Ze schrikken niet alleen van de hoeveelheid data, maar ook van wat er allemaal precies opgeslagen wordt door deze bedrijven. Vraag wat de leerlingen van de video vinden. Vinden ze het verrassend dat er zo veel gegevens zijn? Vinden ze het erg dat sommige bedrijven de data niet geven?



Slide 5, Klassikaal

Facebook is een van de grootste data-verzamelaars. Ook is gebleken dat Facebook dat niet altijd netjes gedaan heeft. Bekijk de video om te zien hoe Facebook jouw gegevens verzamelt. Maar ook de app TikTok (vroeger musical.ly) is een enthousiaste verzamelaar van je gegevens. De app is ontwikkelt door het Chinese bedrijf ByteDance. Alles wat je doet en bekijkt in deze app wordt geregistreerd. Daarnaast wordt TikTok er ook van beschuldigd dat ze deze gegevens zonder jouw toestemming delen met andere bedrijven zoals Facebook. Heel veel Amerikanen zijn daarom al gestopt het gebruik van deze app.



Slide 6, Klassikaal

Stel de vraag in de klas. Bespreek eventueel een aantal antwoorden klassikaal.



Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2019 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Patsboem! Educatief.

Dit document is gedownload door () op November 3, 2026.
Mag alleen gekopieerd worden voor gebruik binnen de school van 'gebruiker'. Zie ook de abonnementsvoorwaarden van Leapo.

Slide 7, Klassikaal

Data zijn waardevol. Van jouw digitale voetafdruk maken adverteerders profielen van groepen mensen. Ze passen hun advertenties aan op de gebruiker. Zo krijg je online reclame te zien die bij jou past. Je digitale voetafdruk wordt niet alleen opgebouwd uit je foto's en likes, maar ook uit je locatie-gegevens, cookies, zoekgeschiedenis etc.



Slide 8, Klassikaal

Bekijk de video. Door je gerichte reclames te laten zien, gebaseerd op je data, is de kans groter dat je iets koopt. Voor bedrijven is dit heel handig. Zij betalen dus om hun advertenties aan het juiste publiek te laten zien. In de video laten ze zien dat zo'n profiel, gebaseerd op jouw data, heel specifiek kan zijn. Dingen als je muzieksmaak en je lievelingseten worden ook meegenomen door bedrijven. Vraag de klas op welk medium ze de best passende advertenties krijgen.



Geef eventueel extra uitleg met dit voorbeeld: Als jij heel erg van voetbal houdt, dan heeft het geen zin om advertenties aan jou te laten zien voor een schaaktoernooi. De kans is namelijk klein dat je daar kaartjes voor zult kopen. Advertenties voor een nieuw FIFA-spel of voetbalkleding zullen veel beter bij jou passen. Voor bedrijven die reclame willen maken voor hun producten is het dus handig als hun advertenties bij de mensen terechtkomen die geïnteresseerd zijn in het product.

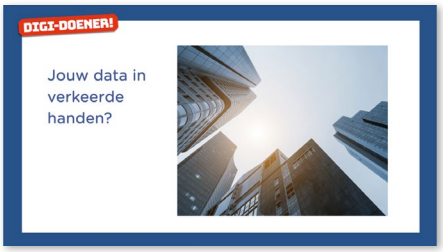
Slide 9, Klassikaal

Jouw data worden vooral gebruikt voor advertenties. Maar je gegevens kunnen ook in verkeerde handen vallen. Je geeft niet zomaar je adres of bankgegevens aan mensen op straat. Toch geef je online regelmatig gegevens aan bedrijven die niks te maken hebben met je online activiteit. Hackers kunnen jouw data gebruiken, zonder dat jij het kunt stoppen. Het is daarom belangrijk om goed op te letten welke gegevens je geeft aan sites en dat je sterke wachtwoorden gebruikt.



Slide 10, Klassikaal

Bij hacken gaat het om het illegaal bemachtigen van jouw gegevens. Toch kunnen bedrijven die op een legale manier aan jouw data komen, ook problemen geven. Denk bijvoorbeeld aan websites die vragen om cookies over jou op te slaan. In die cookies staat informatie over jou en je internetgedrag. Wanneer jij vaak zoekt naar websites over een bepaalde ziekte, bijvoorbeeld kanker, en je op al deze websites cookies accepteert, wordt dit opgeslagen. Verschillende reclamebedrijven kopen dit soort informatie van de website die je bezoekt en kunnen jou dan gerichte reclames op die websites laten zien. Maar, ze zouden deze informatie in de toekomst misschien ook aan grote bedrijven zoals zorgverzekeraars kunnen doorverkopen. Hierdoor zou het kunnen dat een zorgverzekeraar jou een duurdere verzekering laat afsluiten of dat een bank jou minder snel een hypotheek geeft/geld leent, omdat jij mogelijk ziek bent.



Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2019 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Patsboem! Educatief.

Dit document is gedownload door () op November 3, 2026.
Mag alleen gekopieerd worden voor gebruik binnen de school van 'gebruiker'. Zie ook de abonnementsvoorwaarden van Leapo.

Slide 11, Klassikaal

Stel de vraag in de klas. Bespreek met de leerlingen wat zij ervan vinden dat alle persoonsgegevens verzameld worden. Bespreek ook of ze het eng vinden of juist fijn (bijv. dat ze gepersonaliseerde reclames krijgen).



DOEN

Slide 12, Groepswerk

De leerlingen gaan aan de slag met het werkblad. Ze gaan een vragenlijst invullen en dan in tweetallen deze informatie analyseren. Op basis van de vragenlijst gaan ze voor elkaar een gerichte advertentie maken.

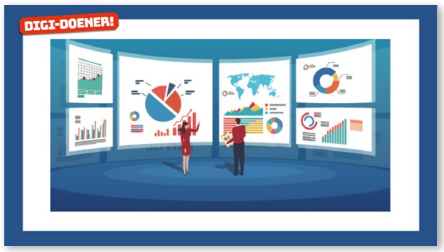
In plaats van de vragenlijst kunnen leerlingen ook elkaars tijdlijn op Instagram bekijken bijvoorbeeld en kijken wat ze daaruit te weten komen. Waar houdt deze persoon van? Waar komt hij of zij vaak? Heeft diegene huisdieren?



BEROEPENSLIDE/ARBEIDSMARKT

Slide 13, Handig om te leren om...

Social media bedrijven weten graag zoveel mogelijk over hun klanten. Je kunt aan de slag als data-analist of als marketeer. Je kunt ook mensen of bedrijven helpen bij privacyproblemen. Dan kun je het beste een juridische opleiding gaan doen. Ben jij erg nieuwsgierig naar andermans leven en houd je ervan om in privézaken rond te snuffelen? Dan kun je de vaardigheden uit deze les juist gebruiken om onderzoek naar mensen te doen. Bijvoorbeeld als data-detective of rechercheur bij de politie. Of als onderzoeksjournalist.



AFRONDING

Slide 14, Klassikaal

Bespreek met de leerlingen het werkblad. Welke advertenties hebben ze gemaakt? Waarop hebben ze die gebaseerd? Vindt de persoon voor wie de advertentie is het goed passen bij wie hij of zij is? Vonden ze het een lastige opdracht?



Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2019 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Patsboem! Educatief.