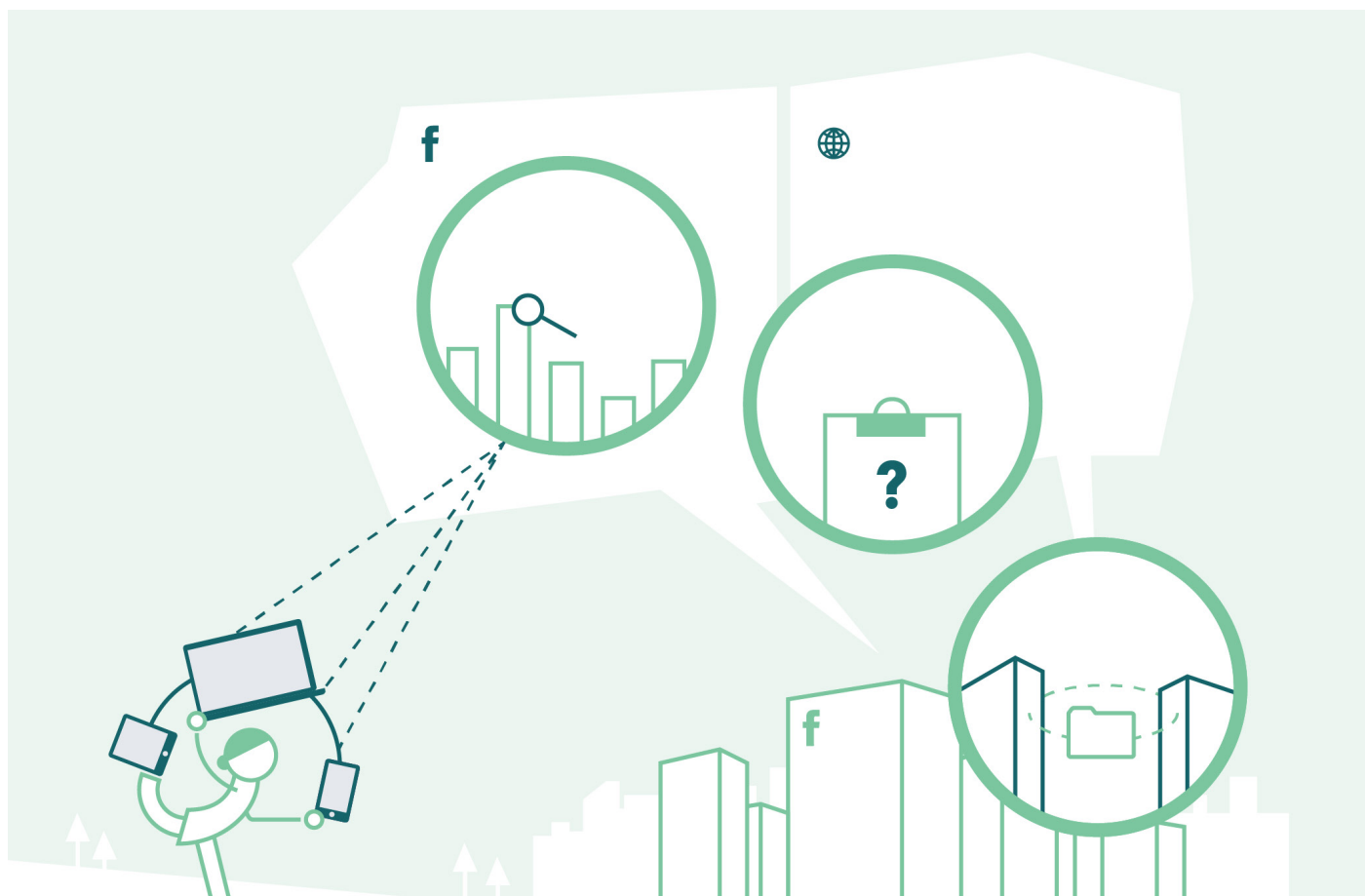


Privacy op het internet

Een begrijpelijker en visuele vertaling van de privacy verklaring van Facebook. Onze inzichten uit het ontwerpproces.



Maart 2016

Uitgevoerd door: VisueleVoorwaarden

Lieke Beelen

lieke@visuelevoorwaarden.nl

06-47631222

Janneke Boerman

Janneke@visuelevoorwaarden.nl

06-44211926



www.visuelevoorwaarden.nl

Mede mogelijk gemaakt door de
Haagse Vernieuwingsprijs van de
Gemeente Den Haag



Inhoudsopgave

Inleiding	
Haagse Vernieuwers & start Visuele Voorwaarden.....	4
Samenvatting proces.....	5
Methodologie onderzoek	
Contextmapping.....	6
Conflicting concerns.....	9
Co-creatie.....	11
Gebruikerstesten.....	11
Uitkomsten design onderzoek	
Analyse.....	12
Uitkomsten creatieve sessies.....	12
Conflicting concerns.....	18
Co-creatie.....	20
Ontwerpvisie, richtlijnen en vertaling naar concept	
Ontwerpvisie.....	21
Ontwerpen vanuit verschillende belangen.....	22
Vertalen onderzoek naar ontwerprichtlijnen.....	23
Prototype testing.....	25
Final concept.....	31
Evaluatie van het ontwerp.....	34
Discussie en conclusie.....	35
Dankwoord.....	37



Inleiding

Haagse Vernieuwers & start VisueleVoorwaarden

Op 18 januari 2015 hebben we (Lieke Beelen en Janneke Boerman) de Haagse Vernieuwers Prijs gewonnen met het project privacy op het internet. De wedstrijd had als belangrijkste doelstelling om maatschappelijke problemen met creatieve ideeën op te lossen. Het niet lezen of begrijpen van privacy verklaringen is zo'n maatschappelijk probleem.

In een privacy verklaring worden gebruikers namelijk geïnformeerd welke gegevens verzameld worden en voor welke doeleinden deze gebruikt worden en lezen ze over bepaalde rechten die ze hebben. Doordat gebruikers de verklaring niet lezen, weten ze ook niet wat er met hun gegevens gebeurt en kunnen ze geen bewuste keuzes maken rondom hun privacy. Ondanks dat privacy verklaringen als doel hebben om gebruikers over hun privacy te informeren, lijken ze vaak niet vanuit dit perspectief opgesteld. Eerder opgesteld door juristen voor juristen. Ook zijn de verklaringen verstopt en moeilijk voor gebruikers te vinden. Ja, ik ga akkoord wordt bij het aanmelden vaak door gebruikers klakkeloos aangeklikt. En als gebruikers wel een poging doen om de privacy verklaring te lezen, dan zijn deze lang en ingewikkeld. Soms wel 20 pagina's lang. Terwijl ze wel geacht worden om akkoord te gaan voor de verwerking van sommige gegevens. De lange documenten lijken niet te werken. Het is de vraag hoe dit anders kan.

Deze uitdaging vraagt om een vernieuwende aanpak. Bijvoorbeeld door het combineren van juridische kennis met service design kennis. Dit sloot goed aan bij de vraag binnen de Haagse Vernieuwers Wedstrijd om samenwerkingen aan te gaan tussen verschillende disciplines.

Met het subsidiegeld hebben we de mogelijkheid gekregen om een uitgebreide studie te doen en te ontwerpen vanuit het perspectief van de gebruiker. De gebruiker was het uitgangspunt van het opstellen van een nieuwe vorm van juridische documenten in begrijpelijke en visuele taal.

We hebben een service design onderzoek opgezet om te onderzoeken hoe gebruikers om gaan met hun privacy. Deze gebruikers inzichten hebben we gebruikt om nieuwe concepten van privacy verklaringen te ontwikkelen en te testen. Hiervoor hebben we diverse service design methodes gebruikt.

In dit verslag beschrijven we onze onderzoeksmethodes en het proces. We delen deze informatie in dit verslag met als doel om anderen te inspireren ook te gaan werken met begrijpelijker juridische documenten. Mochten er naar aanleiding van dit verslag vragen zijn, dan is het mogelijk om contact op te nemen met Janneke Boerman via janneke@visuelevoorwaarden.nl of Lieke Beelen via lieke@visuelevoorwaarden.nl.



Samenvatting proces

We zijn begonnen met een literatuur onderzoek over privacy en privacy verklaringen. Vervolgens hebben een viertal creatieve (contextmapping) sessies georganiseerd om inzichten te krijgen in beweegredenen van de gebruiker. De lezer van de privacy verklaringen.

Met de verkregen inzichten uit de creatieve sessies, hebben we een aantal concepten uitgewerkt om privacy verklaring op een andere manier te presenteren. Deze hebben we met een groep van 12 deelnemers in een co-creatie sessie verder uitgewerkt. De uitkomsten van de creatieve sessies en co-creatie sessie hebben we uitvoerig geanalyseerd en hebben we ontwerprichtlijnen geformuleerd.

Op basis van deze richtlijnen hebben we een tweetal prototypes van een nieuwe vorm van een privacy verklaring gemaakt. Deze hebben we in een vijftal gebruikerstesten getest. Hieruit hebben we belangrijke lessen getrokken over de gebruikerservaring, hoe gebruikers de privacy verklaring lezen en het gemak waarmee ze antwoorden vinden op hun vragen rondom privacy. Op basis van deze testen hebben we een nieuw prototype gemaakt. Dit prototype hebben we op onze website www.visuelevoorwaarden.nl gepubliceerd.



Binnen het service designonderzoek hebben we een aantal ontwerp methodes toegepast. Contextmapping & conflicting concerns, co-creatie en prototype testing.

Contextmapping

De contextmapping methode heeft als doel om de gehele context rondom de interactie met producten en/of diensten vast te leggen.¹ Dit is belangrijk bij het ontwerpen en ontwikkelen of verbeteren van een product om te zorgen dat wat er ontworpen wordt ook daadwerkelijk aansluit bij de behoeftes van de gebruikers of betrokkenen.

Iedereen heeft bepaalde aannames over privacy en bekijkt het onderwerp vanuit zijn eigen perspectief. Het gevaar is dat een ontwerper vanuit zijn eigen aannames gaat ontwerpen. Het is daarom goed om de persoonlijke aannames van de ontwerpers aan te vullen met onderzoek en te verrijken met de ervaringen van gebruikers. Gebruikers zijn namelijk de experts over hun eigen ervaringen en kunnen ontwerpers inspireren en nieuwe inzichten geven voor het ontwerp.

Tijdens contextmapping onderzoek wordt gebruik gemaakt van generatieve methodes. Daarin wordt gezocht naar de diepere behoeftes en kennis die mensen hebben over een bepaald onderwerp, welke niet direct over het uiteindelijk te ontwerpen product hoeven te gaan, maar eerder ingaat op hoe het onderwerp deel uitmaakt van het dagelijks leven en de context van de gebruiker. Op deze manier creëer je empathie met de gebruiker en neem je dit mee in het verdere ontwerpproces. Zo verlies je de gebruikersbehoeften niet uit het oog naast alle andere eisen waar een ontwerp aan moet voldoen.

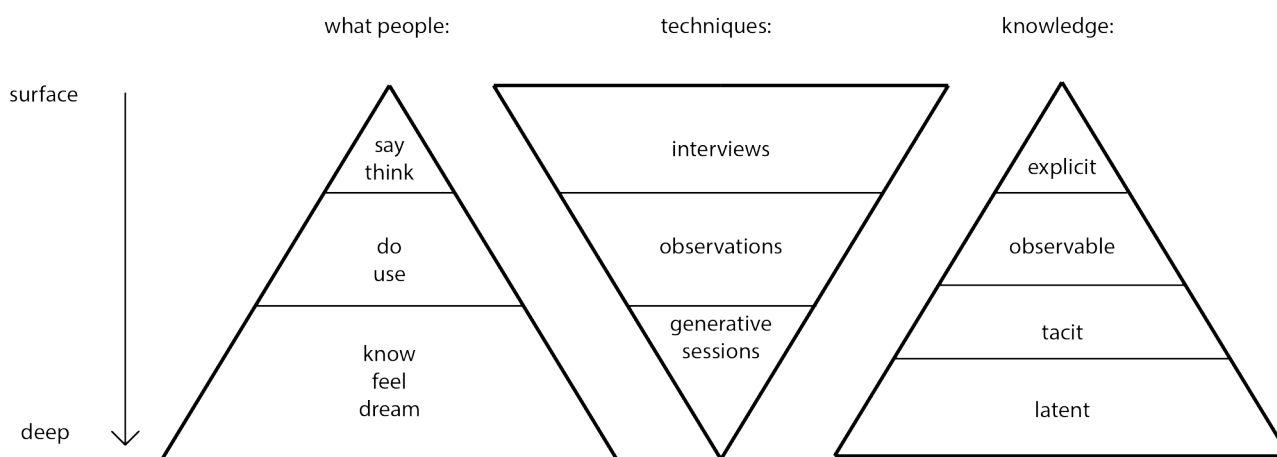
Met deze generatieve methodes laat je mensen dingen maken, zeggen en doen. Doordat de deelnemers van een contextmapping sessie een aantal collages en opdrachten maken, wordt stap voor stap een dieper niveau van kennis bereikt.

In een normaal interview achterhaal je meestal alleen de expliciete kennis die mensen hebben, dus wat mensen zeggen en denken, terwijl je door bijvoorbeeld collages te maken herinneringen ophaalt en beter jouw latente kennis kan uitdrukken, dus wat je weet, droomt en voelt. Hierdoor ontstaat bij de ontwerpers een dieper begrip van de achterliggende gedachten en motieven van hoe mensen handelen en dingen ervaren.²

¹ Contextmapping: a hands-on introduction. Froukje Seeswijk Visser, Pieter Jan Stappers and Remko van der Lugt. ID-Studiolab. Faculty of industrial Design, Delft University of Technology.

² Contextmapping: a hands-on introduction. Froukje Seeswijk Visser, Pieter Jan Stappers and Remko van der Lugt. ID-Studiolab. Faculty of industrial Design, Delft University of Technology. Page 2.





afbeelding: Different levels of knowledge on experience are accessed by different techniques³

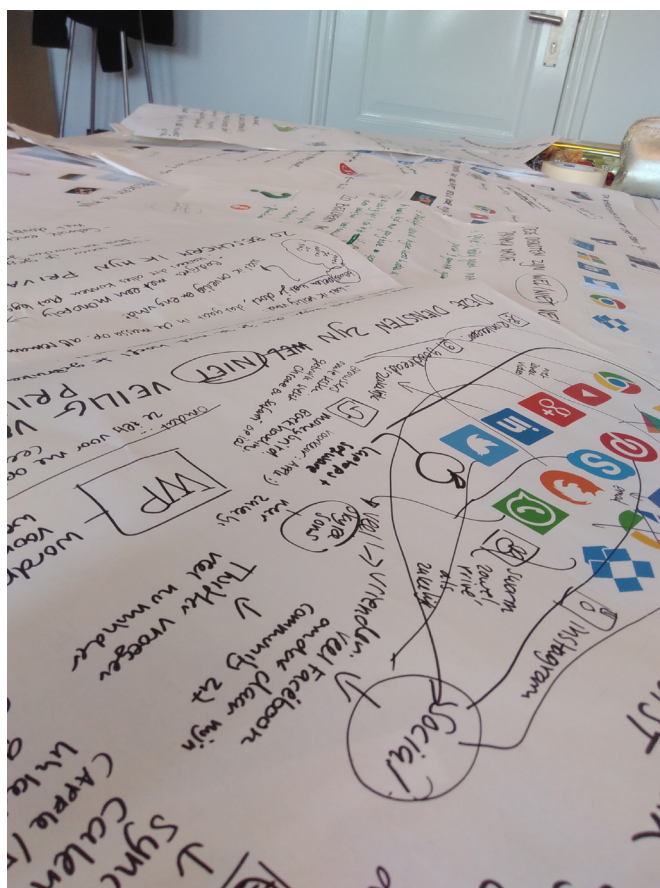
Ter voorbereiding op de sessie hebben we ervoor gekozen om deelnemers een sensitizing boekje in te laten vullen. In dit boekje krijgen de deelnemers de mogelijkheid om alvast na te denken over het onderwerp en kleine opdrachten te maken. De boekjes hebben niet als doel om data te verzamelen, eerder om de deelnemers al voor te bereiden en na te laten denken over het onderwerp. Zodat tijdens de contextmapping sessies de deelnemers niet blank beginnen.



³ Contextmapping: a hands-on introduction. Froukje Seeswijk Visser, Pieter Jan Stappers and Remko van der Lugt. ID-Studiolab. Faculty of industrial Design, Delft University of Technology. Page 4.



Tijdens de contextmapping sessie krijgen deelnemers generatieve opdrachten, waarmee ze dingen maken en waarmee ze hun eigen verhaal kunnen vertellen over verschillende onderwerpen rondom privacy op het internet. Deze opdrachten zijn met opzet ambigu, zodat ze op verschillende manieren te interpreteren en uit te leggen zijn, zodat je zo authentiek mogelijke verhalen naar boven haalt. Met verschillende afbeeldingen en woorden kunnen mensen posters maken en hun emoties, gedachtes en ideeën vrijelijk uiten. Na elke opdracht bespreken de deelnemers de uitkomsten met elkaar en kan er doorgevraagd worden. Zo ontstaat er een dieper begrip. We sloten af met een korte brainstorm activiteit, waarin de deelnemers hun eigen oplossingen verzonnen voor de Facebook privacy verklaring en hun wensen voor die verklaring aan “Facebook” mochten vertellen. Hier waren ze helemaal vrij in de vorm en inhoud.



Conflicting concerns

Binnen het contextmapping onderzoek hebben we de focus gelegd op het achterhalen van dilemma's (conflicterende behoeften). Dit is een verdiepende slag op de behoeftes die je met contextmapping naar boven haalt en komt voort uit de specialisatie van Design and Emotion.⁴

De reden dat we hierop hebben gericht is dat uit ons vooronderzoek was gebleken dat mensen privacy wel als een belangrijk thema zien, maar vervolgens weinig maatregelen nemen om hun privacy te beschermen. Of dat privacy wel belangrijk is, maar het gemak en de winst van een bepaalde dienst of app het wint van privacy. Ons vermoeden was dat dilemma's en conflicterende behoeften hierbij een rol spelen, dus wilden we in kaart brengen hoe deze dilemma's er dan precies uitzien.

Om de dilemma's in kaart te brengen hebben we het model gebruikt van Deger Ozkaramanli⁵ waarin keuzes, doelen en emoties in verband worden geplaatst (zie volgende pagina). Op basis van de verhalen over de situaties die we de deelnemers hebben voorgelegd konden we zo de diepere lagen achter de conflicterende behoeften en de mixed emotions rondom privacy in kaart brengen.

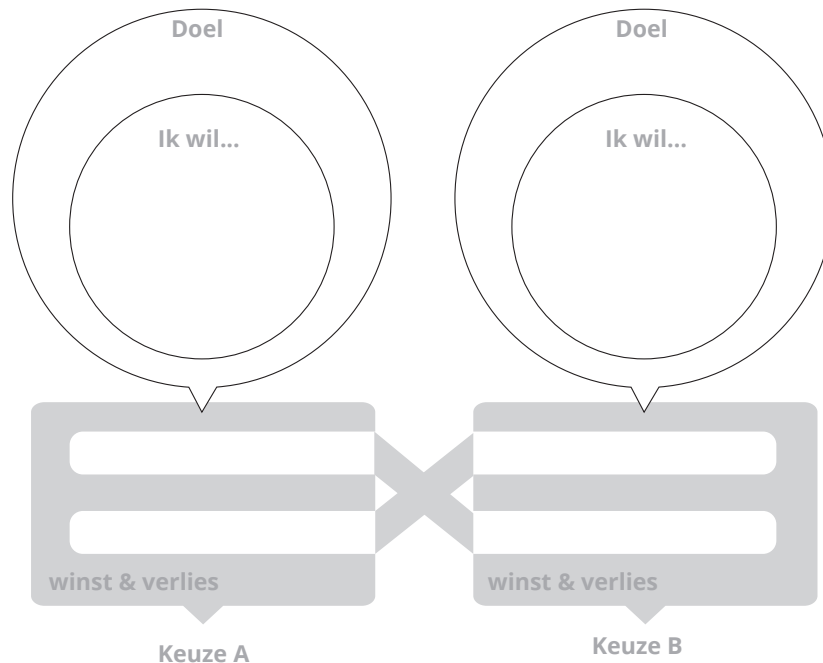
Het model bestaat, van boven naar onder, uit de doelen die iemand heeft, in een high level beschrijving. Wij hebben gebruik gemaakt van de 'goal taxonomy' van Ford⁶ een meer contextuele beschrijving, en daaronder de 'mixed emotions' (winst en verlies) en keuzes.

⁴ Design and Emotion is een specialisatie binnen de faculteit Industrieel Ontwerpen van de Technische Universiteit Delft. <http://studiolab.ide.tudelft.nl/diopd/>

⁵ CAPTURING CONFLICT EXPERIENCES FIVE METHODS FOR IDENTIFYING INTRAPERSONAL CONCERN CONFLICTS, Deger Ozkaramanli, Elif Özcan, Pieter M. A. Desmet, *Proceedings of the Colors of Care: The 9th International Conference on Design & Emotion. Bogotá, October 6-10, 2014. Ediciones Uniandes, Bogotá, 2014. ISBN: 978-958-774-070-7*

⁶ Motivating humans: Goals, emotions, and personal agency beliefs, Ford, Neburry Park. CA: Sage publications, 1992.





Bron: CAPTURING CONFLICT EXPERIENCES FIVE METHODS FOR IDENTIFYING INTRAPERSONAL CONFLICTS, Deger Ozkaramanli, Elif Özcan, Pieter M. A. Desmet

Conflicterende behoeften gaan altijd samen met een bepaalde keuze, waarin winst en verlies optreedt omdat er niet tegelijkertijd aan beiden behoeften voldaan kan worden. Ze worden alleen getriggerd als iemand bewust is dat elke keuze leidt tot een winst en verlies die relevant zijn voor iemands behoeften.

Conflict ervaringen zijn dus context gedreven: de twee doelen conflicteren niet op zichzelf, maar alleen omdat er in een bepaalde situatie niet aan beiden behoeften kan worden voldaan wanneer een bepaalde keuze wordt gemaakt. Om die reden ervaren we vaak de gevolgen van conflicterende behoeften: wisselend gedrag, langere beslissingstijd en emotionele opwinding.

Bij de keuze van situaties die we hebben voorgelegd aan de deelnemers hebben we daarmee rekening gehouden. We hebben gezocht naar verschillende situaties waarin je je privacy zelf kunt beïnvloeden of waarin privacy grote impact heeft op het dagelijks leven van een gebruiker. Daarin hebben we een mix gezocht in situaties die binnen Facebook voorkomen, maar ook andere situaties bij internetgebruik. (Zie Bijlage 'contextmapping materialen'). Dus het moment waarop een gebruiker kiest om zijn privacy te beschermen of voorkeur geeft voor een ander doel.

Co-creatie

Met de verkregen inzichten van de contextmappingsessies hebben we verschillende conceptringingen van juridische documenten uitgetekend die we aan gebruikers hebben voorgelegd. Dit hebben we gedaan in een co-creatie sessie (12 deelnemers) in Den Haag op 23/9. Na het doorlopen van de inzichten die we voor de deelnemers hadden samengevat, hebben we een korte discussie gehouden en zijn de deelnemers vervolgens naar eigen inzicht en hun eigen ervaringen gaan schetsen. Op deze manier zijn onze ideeën en inzichten verder verrijkt en konden we keuzes maken welke richtingen van concepten we in detail verder zouden gaan uitwerken om met prototypes verder te kunnen gaan testen.

Gebruikerstesten

De twee prototypes die we ontwikkeld hebben, hebben we voorgelegd aan een vijftal gebruikers. Bij de tests hebben we mensen zelf door de prototypes heen laten lopen en hen hardop laten denken. Op basis hiervan konden we zo zuiver mogelijk de gebruikerservaring vastleggen. Daarna zijn we in gesprek gegaan over de redenen voor voorkeur voor het ene of andere prototype.



Uitkomsten design onderzoek

Analyse

Al de bijeenkomsten hebben we met toestemming van de deelnemers opgenomen. Na afloop hebben we van alle sessies een transcript gemaakt om de sessies verder te kunnen analyseren. Deze transcripts hebben we de deelnemers geanonimiseerd, door elke uitspraak van een deelnemer een specifieke kleur te geven en die niet herleidbaar is tot die persoon. We hebben deze transcripts opgeknipt in korte zinnen of paragrafen. Deze zinnen of korte zinnen hebben we besproken en per onderwerp geclusterd. Er was bijvoorbeeld een stapel met uitspraken rondom wat maakt een dienst veilig of niet. Maar ook wat privacy is en online etiquettes. Sommige uitspraken konden bij verschillende clusters horen. Juist door het met meerdere mensen te bespreken en het onderzoek naar mogelijke verbanden te zoeken ontstaan bijzondere invalshoeken die mogelijk ook interessant kunnen zijn voor het onderwerp en die gebruikt kunnen worden om ontwerprichtlijnen te formuleren.

Uitkomsten creatieve sessies

Privacy wordt als een heel erg lastig onderwerp gezien, waar maar lastig grip op te krijgen valt en waar lastig te voorspellen is wat de mogelijke consequenties zijn.

“Ik kan me minder voorstellen wat het privacy risico is”

“Het zijn maar nummertjes...voor mij is privacy...het hele moeilijke hieraan is...je hebt een realiteit en een realiteit. Het zijn maar nummertjes op een app, ik voel daar niet zoveel bij. Ik vind het belangrijk dat ik geld verdien enzo omdat ik eten moet kopen maar ik ga niet nadenken van....”

“Privacy is noodzakelijk, gewenst en belangrijk. Maar...ja, met bepaalde dingen is het ook dat ik daar niet heel veel aandacht aan geef op internet. De ene reden is dat ik denk, nou ja, dan doen ze maar wat ze willen.. bij Albert Heijn gebruik ik mijn bonuskaart, dan kunnen ze ook zien wat ik allemaal gebruik, dat interesseert me eigenlijk niks, ik doe niks verkeerd, ze doen er maar mee wat ze ermee moeten doen...maar als het ten nadelen van me gebruikt zou worden dan wordt het een ander verhaal”

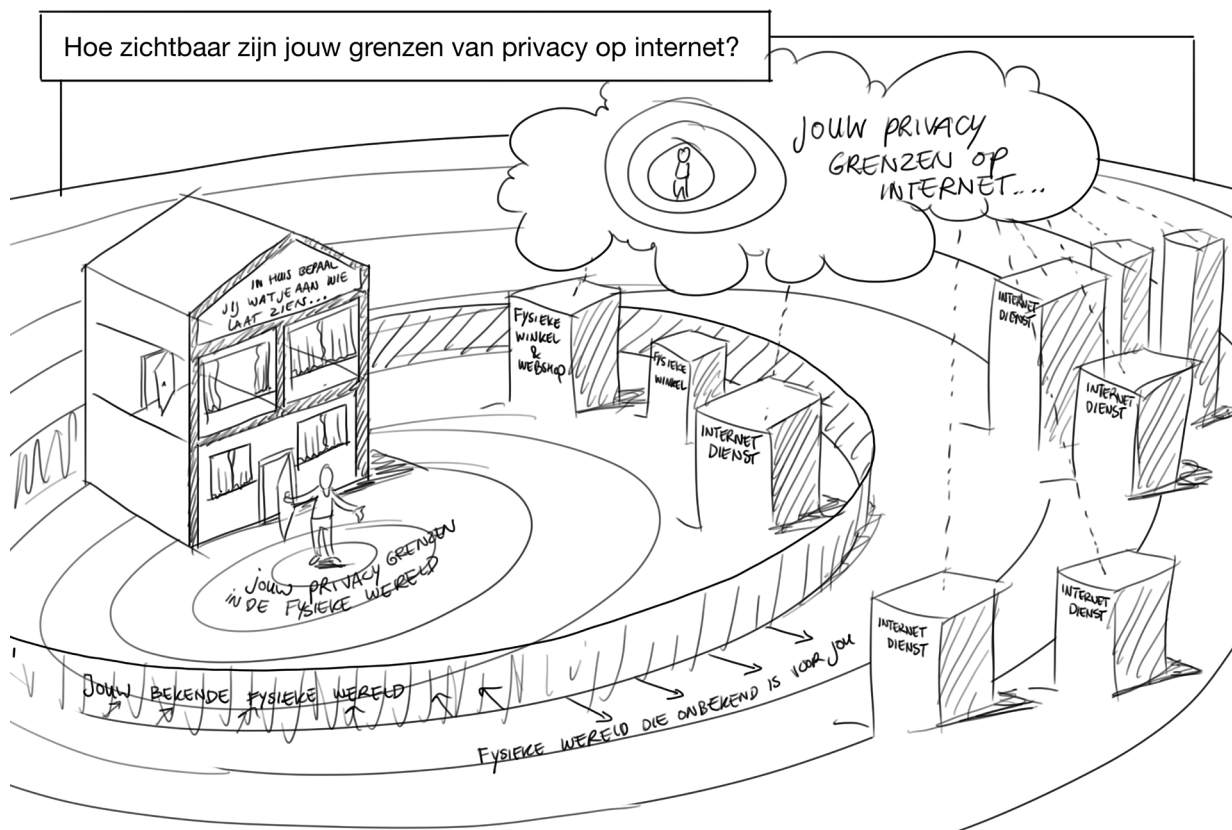
Wanneer iets wel een risico is of niet voor de privacy, valt lastig in te schatten. Binnen de fysieke levensomgeving weten mensen vaak wel wat ze willen.

“’s avonds gaan de gordijnen dicht, een fysieke afsluiting van de rest van de wereld. ik laat ook niet zomaar iedereen binnen en ook niet zomaar in elke kamer. er is een soort gradatie in je huis wie je wat laat zien.”

“In huis vind ik privacy ook belangrijk, dus de gordijnen gaan af en toe dicht, kamers met deuren ervoor en de deuren zijn op slot”

“Mijn huis is ook dubbel beveiligd. Fysiek loopt heel erg over.. zeker in internet of things, alles loopt over, je moet ook rekening houden met het geheel, niet met het een of het ander”





Mensen willen wel wat aan hun privacy doen, maar voelen zich over het algemeen overdonderd, omdat ze niet weten waar ze moeten beginnen. Waar ze de kennis vandaan moeten halen of denken dat ze de tijd er niet voor hebben. Daarnaast hebben ze ook wel een gevoel dat de verantwoordelijkheid deels bij hen ligt, maar willen ook het liefst de verantwoordelijkheid bij de overheid leggen. Die zal wel zorgen dat ze beschermd worden. Het is geen bewust gedrag. Maar veel gebruikers steken hun kop in het zand. Struisvogelpolitiek. Het zal wel goed komen.

Toch hebben de deelnemers hun eigen strategieën ontwikkeld om de privacy te beschermen, maar niemand weet of ze het wel of niet goed doen. Hier bestaat veel onzekerheid over.

Hieronder beschrijven we een aantal maatregelen, maar dit is zeker niet de volledige lijst:

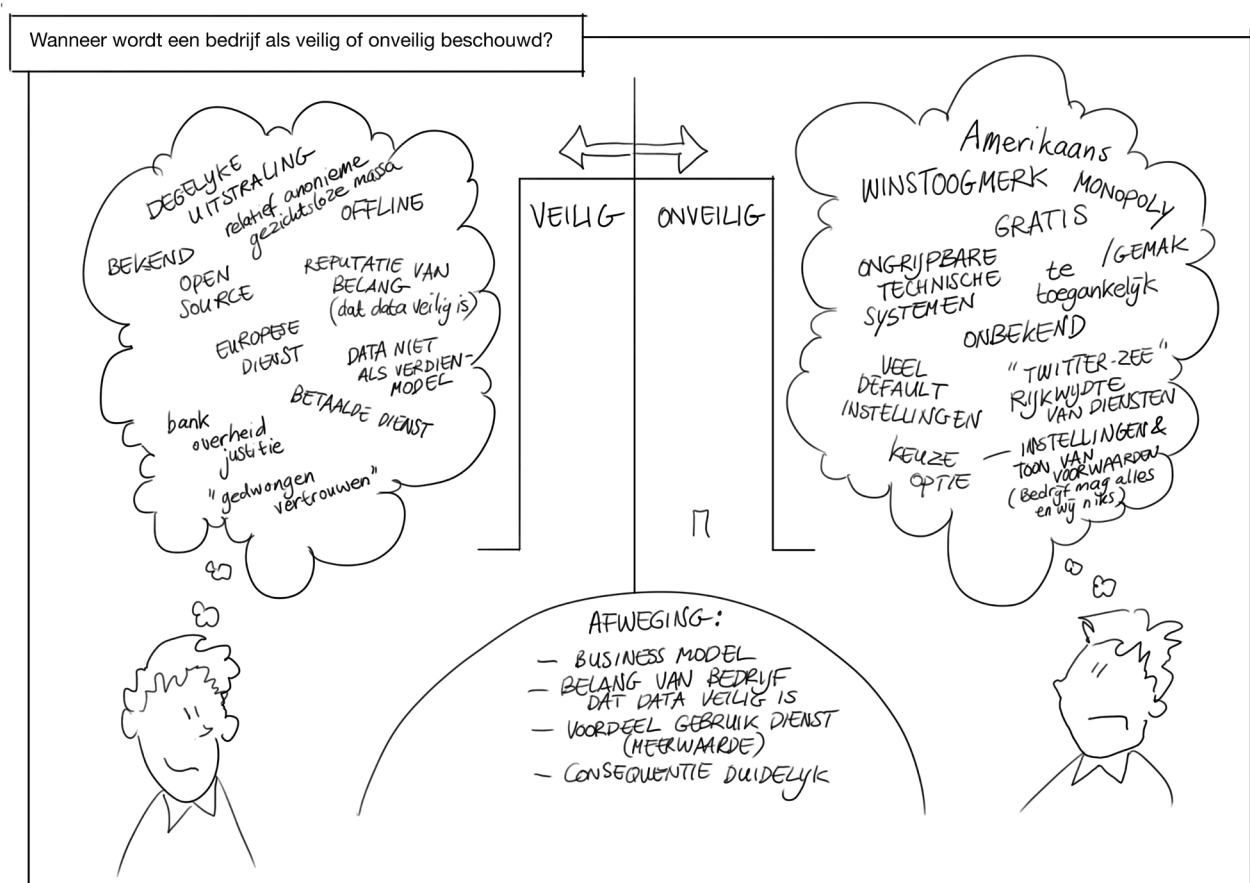
- Nadenken bij wat je doet
 (“de vraag die ik mezelf altijd stel, zou ik dit in het echt ook midden op het marktplein aan iedereen vertellen”)
- Bepaalde dingen gewoon niet online doen (maar face2face/per telefoon)
- Zo min mogelijk gegevens delen
- Verschillende wachtwoorden



- Verschillende niveaus van emailadressen ("prive emailadres en daarbovenop gestapeld een paar andere emailadressen voor een paar minder betrouwbare diensten")
- Selectief zijn met contacten die je accepteert op facebook, linkedin

Er zijn ook deelnemers die een routine opgebouwd hebben en in een log bijhouden welke accounts ze hebben en wat waar staat. Maar zelfs dan is het lastig om die routine vast te houden.

"hoe ik het bescherm, te slecht ook geef ik toe. Ondanks dat ik er redelijk wat vanaf weet vind ik mezelf toch wel te laks vanwege te snel of te makkelijk. Te weinig wisselende paswoord combinaties toch."



Bij de meesten wint het gemak het. Maar er zijn ook mensen die echt vasthouden aan de routine.

“ik log al mijn gegevens waar ze staan, dus alles wat ik inlog dat weet ik ook, ik heb niet ergens dwalende...dat hou ik echt wel sinds 2000 bij. alle inlog die ik ooit heb gedaan, of gedelete die staan bij mij in een logje [.....] ik zou het wel willen, [inloggen met facebookaccount] maar ik doe het niet. ik ben er aarzelend en bezorgd over, maar de gemak en eenvoud die wint t dan niet bij mij. omdat ik genoeg routine heb, om wel in te loggen, ook op een eenvoudige manier, maar wel dat het veilig is.”

In de visualisatie op de volgende pagina hebben we een overzicht gemaakt van ‘privacy bescherming binnen je invloedssfeer’. Mensen hebben eigen strategieën bedacht om te kijken of een dienst veilig is of niet. Als er een logisch verband bestaat tussen het gebruik van de data en de dienst en het belang wat een bedrijf heeft bij het veilig houden van die gegevens speelt zeker een rol.

“als je mijn LinkedIn account hebt zit je niet direct in mijn portemonnee. Of in mijn documenten. Maar je hebt gelijk, daar ben je ook een product. Alleen daar is het verschil dat de betalende klant van LinkedIn een recruitment bedrijf is en LinkedIn wel een belang heeft bij dat ik me daar veilig voel zodat die recruiter kan betalen en dat ik klant blijft bij LinkedIn. Dus daar zit voor hun geen belang bij dat ze met mijn data aan de haal gaan.”

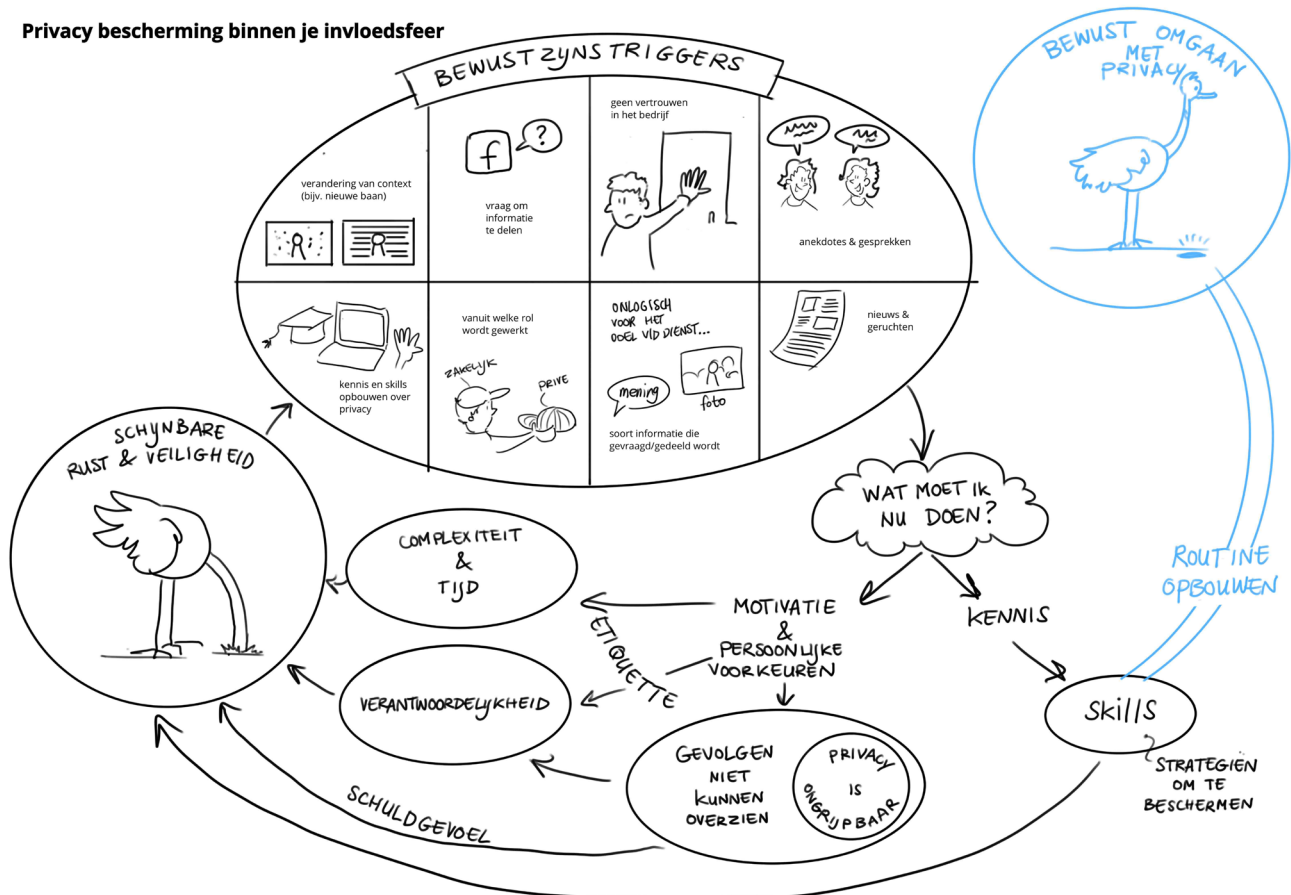
“Je probeert te kijken wat is de drijfveer van de organisatie om iets met jouw data te doen en kan je daarachter staan. Als LinkedIn de drijfveer heeft om mij aan een recruiter te koppelen, dan sta ik daarachter, maar wat google in vredesnaam doet met wat ik aan het googlen ben... die kan hele andere dingen daarmee verpanden”

“wanneer voelen diensten wel of niet veilig, waar heeft dat mee te maken?”

“Voor mij het winst oogmerk van het bedrijf”



Privacy bescherming binnen je invloedssfeer



We hebben de deelnemers ook gevraagd naar hun belangrijkste inzichten van de sessies. Een van de meest genoemde was, dat de bijeenkomsten zelf ook bijdroegen aan het leren en kennis opdoen. Van elkaar werd geleerd en het werd als bijzonder ervaren om het over privacy te hebben.

Inzichten van deelnemers aan het einde van de creatieve sessie:

- V, 60-70 jr *De computer, is een blik op de wereld met nieuws, kunst, exposities en vooral briefcontact. In mijn werk was de PC niet nodig daarom is de ervaring van andere mensen voor mij goed om te horen*
- V, 30 - 40 jr *Ik heb het meer in steekwoorden: goede balans tussen vertrouwen en wantrouwen zien te vinden, gezond verstand gebruiken, afwegingen maken, nut versus lasten of ongemak, dat is denk ik voor iedereen individueel*
- M, 30 - 40 jr *Ik heb een beetje samengevat wat ik aan tafel zag, kennelijk zijn mensen zich bewust van mogelijke gevaren maar weten ze niet genoeg of precies hoe of wat, iedereen gebruikt zijn of haar methode om veelig internet te creëren en grenzen te stellen aan diensten of gedrag maar niemand lijkt te weten hoe het echt moet*



- V, 60 – 70 jr *Ik heb opgeschreven, dat ik het wel leuk vind omdat ik meer te weten gekomen ben hoe anderen met privacy omgaan*
- V, 50 – 60 jr *Door vragen over privacy te beantwoorden, ga je meer over privacy denken en dan bewust kiezen dat je misschien al wat meer open stelt om daar ook aan te denken. En wat ik ook wel praktisch vond is om die cookies te verwijderen. Dat is gewoon praktisch, wat je eigenlijk heel makkelijk kunt doen, waardoor je weer wat opschiet*
- M, 60 – 70 jr *Privacy, er is veel onduidelijk nog steeds vind ik, privacy verklaringen worden niet gelezen, tenminste ik krijg het niet voor elkaar, en met wie wordt die informatie allemaal gedeeld*
- V, 30 – 40 jr *Je kunt als consument meer doen dan de meeste mensen weten om je veiligheid te waarborgen, bijvoorbeeld encrypted passwords. Internetveiligheid heeft een aantal dingen waar mensen...die vrij snel in de meeste hoofden opkomen maar is toch voor iedereen persoonlijk*
- V, 30 – 40 jr *Voor mij is het weten wat er met mijn gegevens gebeurt, het waarom, dat is het allerbelangrijkste, ik wil weten welke gegevens waarom, en privacy tov bedrijven is anders dan tov mensen, het gevoel is heel anders. Omdat het ene meer een kwestie is van letterlijk gegevens, wat gebeurt daarmee en het andere heeft veel meer een andere laag, om elkaar te begrijpen.*
- M, 30 – 40 jr *Ik had twee dingen, aan de ene kant zie ik bij mezelf dat ik nog te gemakzuchtig ben als het om privacy gaat en dat privacy tijd kost, tijd in de zin van je moet je erin verdiepen, je moet dingen lezen en het dwingt je eigenlijk ook om keuzes te maken. Wat mij ook opvalt is dat steeds meer het zakelijke en prive door elkaar heen lopen en dat daar praktisch geen keuze meer is. Aan de ene kant kun je aanvinken of je wel of niet vrienden bent, maar ook dat mensen Facebook gebruiken voor zakelijke doeleinden, dat gaat heel geleidelijk aan.*
- M, 20 – 30 jr *Ik kom erachter omdat ik er nu bij stilsta dat ik veel meer gegevens deel en dat het veel meer mn leven is dan waar ik eigenlijk altijd bij stilstond...al die apps. Ik leer nu ook zoveel van jou [andere deelnemer], bijvoorbeeld er heerst zoveel onduidelijkheid, door moeite steek je maar je kop in het zand, gewoon de tijd weet je wel. Maar ik zou heel graag hebben dat het wel duidelijk was.*

We hebben de deelnemers ook gevraagd om een pitch te houden voor Facebook en hun vragen te stellen en wensen over hoe Facebook met hen over privacy communiceert.

- *Wat doet Facebook met mijn gegevens? Wat is de 'trade'/ruil die ik maak met mijn gegevens, wat is de 'currency' waar betaal ik mee?*
- *Wie heeft er toegang tot mijn gegevens/gedrag? (Wat zien vrienden/contacten op Facebook en wat wordt gedeeld met welke bedrijven?) Wie ziet wat, hoeveel lagen gaat dat door?*
- *Waar moet ik het zoeken, al die informatie over mijn privacy?*
- *Kun je het ook voorkomen dat iemand/een bedrijf ziet wat je deelt op Facebook?*
- *Hoe verdient Facebook aan mijn gegevens?*



- *Hoe lang wordt mijn data nog bewaard en gebruikt als ik opzeg?*
- *Hoe maakt Facebook de link tussen jou en potentiële vrienden/contacten die ze aan jou voorstellen?*
- *Wat verstaand we onder privacy?*
Eigen gedrag? Of wat facebook doet?
- *Neem ons mee aan de hand, help ons*
- *Mag dit wel allemaal wat jullie doen?*
- *Geef mij de optie om duidelijker grenzen aan te kunnen geven*
- *Neem als bedrijf de verantwoordelijkheid om duidelijk te zijn.*

Conflicting concerns (conflicterende behoeftes)

Tijdens de creatieve sessies hebben we ook aan de deelnemers gevraagd in welke situaties privacy een belangrijke rol spelen. We hebben ze tien verschillende situaties voorgelegd. (bijlage toevoegen)

En hebben de deelnemers het volgende schema laten invullen. Vervolgens hebben we ze gevraagd bij welke situatie de tegenstelling het grootst was en waar de overweging het sterkst was.

Deze dilemma's hebben ons een inzicht gegeven bij welke situaties mensen het meeste nadenken over privacy of waar de behoeftes de meest sterkte tegenstellingen hebben. Als ze over deze onderwerpen moeten nadenken en niet weten wat ze moeten doen, kan dit het moment zijn waarop mensen op zoek zijn naar informatie. En dit dus het moment is waarop behoefte is aan een privacy verklaring. Zeker als dit direct antwoord geeft op het dilemma waar mensen op dat moment mee spelen. Dit inzicht heeft ons geholpen om een campagne te bedenken om mensen de privacy verklaringen te laten lezen.

We hebben de belangrijkste vragen mee genomen en ook de schetsen van de deelnemers geanalyseerd en de belangrijkste concepten eruit gehaald.



Hieronder vind je een aantal van de dilemma's uitgewerkt met het framework.

Zal ik mijn locatie delen met deze app?

Doel
self determination, safety, privacy, tranquility

Ik wil...
mijn locatie niet delen, google maps gebruiken zonder locatie delen

zelfverzekerd, trots
argwanend
winst & verlies

Keuze A
Locatie niet delen met de app

← ? →

Nee, ik vind mijn locatie te persoonlijk en dichtbij komen. Ik voel me gemanipuleerd dat ik mijn locatie moet delen om deze app te gebruiken.

Ja, want het is logisch voor het gebruik van de app. De app is behulpzaam, maar het is ook oncomfortabel omdat ik geen keuze heb als ik deze app wil gebruiken.

Doel
mastery

Ik wil...
de functies van google maps optimaal gebruiken

oncomfortabel, onzeker
gemak
winst & verlies

Keuze B
Locatie wel delen met de app

Zal ik die vage kennis accepteren als vriend op Facebook?

Doel
Safety, privacy, tranquility

Ik wil...
mijn netwerk houden voor mensen die ik ken

trots, nieuwsgierig
argwanend, awkward
winst & verlies

Keuze A
Diegene niet accepteren

← ? →

Ik wijs diegene af. Ik wil mijn netwerk houden voor mensen die ik goed ken. Ik ben nieuwsgierig waarom diegene mij wil toevoegen, maar ik ben ook argwanend.

Ik voeg diegene toe. Ik wil open zijn, het is leuk dat iemand mij wil toevoegen, maar het voelt ook enigszins oncomfortabel. Wat is de sociale norm?

Doel
Social responsibility, belongingness

Ik wil...
Open zijn

Blij, afwachtend
oncomfortabel
winst & verlies

Keuze B
Diegene toevoegen

Zal ik deze foto van Arthur en mij posten?

Doel
Social responsibility

Ik wil...
rekening houden met de privacy van anderen

respect
twijfel, teleurstelling
winst & verlies

Keuze A
De foto niet delen

← ? →

Ik wil rekening houden met de privacy van anderen. Ik twijfel of ik de foto moet delen, maar doe het niet, toestemming vragen voelt respectvol.

Ik wil graag een leuk moment met diegene delen. Ook al ben ik onzeker of ik het moet doen, ik ben blij als ik de foto plaats.

Doel
Social belongingness

Ik wil...
Een moment delen en de foto plaatsen

Blij
oncomfortabel, onzeker
winst & verlies

Keuze B
De foto wel delen





Co-creatie

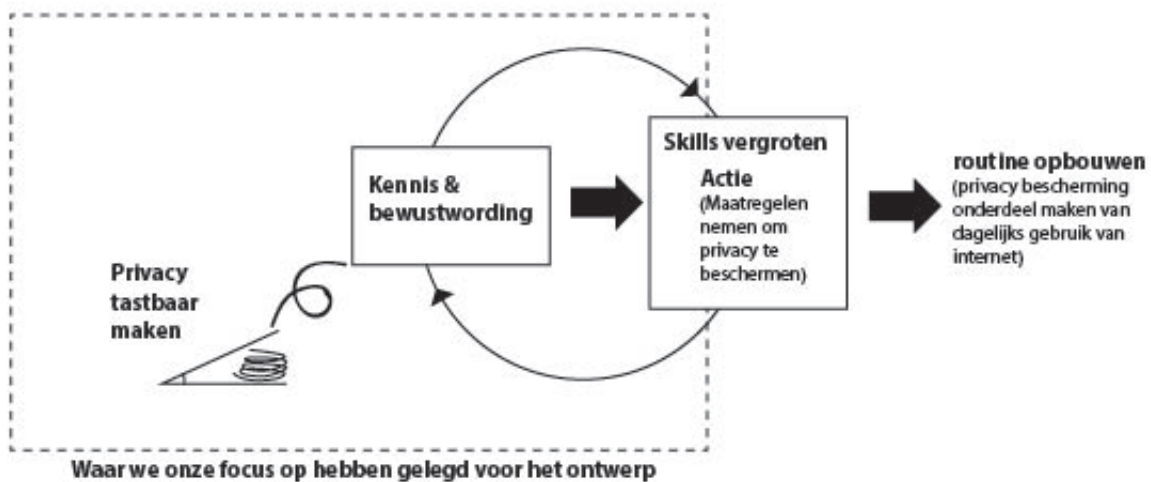
Deze concepten hebben we verder uitgewerkt in de co-creatie sessie. Tijdens deze co-creatie sessie hebben we deze concepten aan de deelnemers voorgelegd (Zie bijlage 'samenvatting ideeën contextmapping'). Wat opviel was dat vooral de grenzen aangeven voor veel deelnemers erg belangrijk is. Mensen willen meer controle, maar hebben deze niet. Toekomstige versies van de privacy verklaring zijn dan ook meer gericht op dashboards met inzicht in de "prijs" die mensen voor het gebruik van Facebook betalen.



Ontwerp visie en richtlijnen

Onze ontwerp visie

Omdat privacy voor de meeste gebruikers abstract en ver van hun bed show is, is de meeste winst te behalen door dicht bij de belevingswereld van de gebruikers aan te sluiten en vanuit situaties te werken waar mensen een voorstelling van kunnen maken. Dus privacy minder abstract maken. Daarnaast is kennis en bewustwording van belang. Omdat mensen nu het gevoel hebben dat ze geen controle hebben over hun gegevens en privacy complex is steken ze hun kop in het zand. Dit kan doorbroken worden door meer kennis te bieden, vaardigheden aan te leren en dit als routine in te laten slijpen.



Het dichterbij brengen van privacy en inspelen op de relevantie van privacy kan door:

1. Privacy tastbaar te maken. Nu is privacy voor veel gebruikers nog abstract. Voor een deelnemer zelfs 1-en en nullen die in een soort zee rondzweven (de onzichtbare cloud van het internet). Hoe abstracter des te lastiger voor te stellen wat ze moeten doen.
2. Zorgen voor een ervaring van meesterschap/ controle: inspelen op het vergroten van kennis en begrip. Nu hebben deelnemers vaak nog het gevoel dat ze geen kennis hebben en niet weten te beginnen. Door hun vertrouwen te geven, dat ze zelf ook stappen kunnen nemen, wordt het patroon van struisvogelpolitiek doorbroken.
3. Aanzetten tot vergroten van vaardigheden in bescherming van privacy en het opbouwen van een routine (privacy bescherming integreren in het dagelijks gebruik van internet)
4. Het inslijpen van een routine van privacy beschermend gedrag en vaardigheden die toegepast worden om de privacy te beschermen. Zoals bijvoorbeeld het gebruik van sterke wachtwoorden, niet inloggen met Facebookaccounts e.d.



Ontwerpen vanuit verschillende belangen

Het is de vraag of het mogelijk is om alle vier de stappen in een privacy verklaring te krijgen en of dit wenselijk is. Dit is mede afhankelijk van welke doelen je met een privacy verklaring wilt bereiken en vanuit welk perspectief de privacy verklaring wordt opgesteld.

In het huidige perspectief wordt een privacy verklaring opgesteld met als doel het informeren van gebruikers hoe een bedrijf met de gegevensverzameling omgaat. Vaak wordt in een privacy verklaring opgeschreven welke gegevens verzameld worden en voor welke doelen en wordt bijvoorbeeld informatie gegeven over de bewaartijd, beveiliging en inzage en beveiligingsrechten. Of dat de gegevens met derden worden gedeeld. Dit is vaak een feitelijke opsomming.

Het kan in het belang van een bedrijf zijn, om dat wat ze doen zo vaag en ruim mogelijk op te schrijven om ervoor te zorgen dat het bedrijf niet opnieuw toestemming hoeft te vragen als ze gegevens met derden gaan delen of als ze de gegevens ruimer willen gebruiken. Op die manier valt dit dan onder de doelomschrijving van de privacy verklaring. Of dat het privacy beleid alleen wordt gebaseerd op de minimale wettelijke bepalingen en dat niets extra's wordt gedaan. Uit ons onderzoek is gebleken dat de gebruiker andere verwachtingen heeft en dat er veel winst te behalen valt, als de privacy verklaring vanuit andere doelstellingen en het perspectief van de gebruiker wordt opgesteld. In ons onderzoek hebben we voornamelijk gericht op dat perspectief. Maar de gebruikersinzichten geven ook aanknopingspunten om het bedrijfs perspectief anders in te kleden. Niet enkel voldoen aan de wettelijke en juridische eisen, maar ook gebruikers een veilig en vertrouwd gevoel te geven. Nu zijn er gebruikers die een dienst wantrouwen en zich zelf gemanipuleerd voelen. Dit gevoel kan weggenomen worden in een privacy verklaring.

Er zijn een aantal uitdagingen voor het opstellen van de verklaring. Uit ons onderzoek is gebleken dat niemand de privacy verklaring van Facebook had gelezen. De redenen die genoemd werden waren deels terug te voeren op de lengte en de complexiteit. Gebruikers weten niet waar te beginnen met lezen om een antwoord te vinden op hun vraag. Maar ook dat gebruikers niets aan het lezen hebben. Ze voelen zich machteloos en zien de winst niet in van het lezen. Ze kunnen namelijk toch niets doen. Deelnemers van het onderzoek leggen ook niet de link tussen de privacy instellingen van Facebook en de privacy verklaring, of wisten niet waar te zoeken. Daarnaast is de huidige tekst van de privacy verklaring opgebouwd uit drie onderdelen: Wat voor soort gegevens wordt door Facebook verzameld, hoe gebruikt Facebook deze gegevens en hoe deelt Facebook deze gegevens gedeeld. Dit zorgt ervoor dat een antwoord verspreid is over verschillende hoofdstukken van de verklaring en is de relatie tussen de bepaalde onderwerpen ook lastig te maken voor de lezer.



Vertalen onderzoek naar ontwerprichtlijnen:

Onze eerste uitdaging voor het ontwerp is dus om ervoor te zorgen dat mensen de privacy verklaring gaan lezen en de winst van het lezen van de privacy verklaring voor de gebruikers duidelijk te maken. Als gebruikers de verklaring überhaupt niet lezen, zullen gebruikers de verklaringen ook niet gaan begrijpen.

Om dit te bereiken zijn een aantal zaken voor het ontwerp van belang.

- 1) Mensen aansporen om de verklaring te gaan lezen.
- 2) Het verduidelijken van de winst van het lezen van een privacy verklaring. Wat haal ik er uit?
- 3) Gevoel geven van controle. Mensen opties geven om zelf wat te doen of aan te passen. Nu is het ontbrekende gevoel van controle een reden om niet eens de moeite te gaan doen en/of de tijd willen investeren om de verklaring te lezen.

De tweede uitdaging is het gevoel van overdonderdheid wegnemen bij de lezers. Privacy is een lastig onderwerp, kost veel tijd om in te verdiepen, mensen zijn onzeker over of ze het zelf wel goed doen of niet. De lange teksten geven geen aanleiding tot het wegnemen van dit gevoel. Sterker nog. Deze worden bevestigd. Het is lang complex en kost veel te veel tijd om te lezen. De volgende zaken kunnen bijdragen aan het oplossen van deze uitdaging:

- 1) Privacy tastbaar maken en aansluiten bij de belevingswereld.
- 2) Informatie gelaagd aanbieden. Als mensen geïnteresseerd zijn, kunnen ze verder doorlezen.
- 3) Perceptie van ingewikkeldheid wegnemen. Eenvoudig navigeerbaar en overzichtelijk.
- 4) Mensen mogelijkheden geven om controle te krijgen, dus zelf ook actie kunnen ondernemen.
- 5) Lezers suggesties doen om hun privacy zelf te kunnen beschermen.

De derde uitdaging is het kunnen beantwoorden van de vragen en wensen die gebruikers hebben aan bedrijven rondom hun privacy en deze te combineren met de wettelijke eisen die gesteld worden aan privacy verklaring. Namelijk het informeren welke gegevens verzameld worden voor welke doelen. Deze doelen zijn vaak gerelateerd aan wettelijke grondslagen om gegevens te mogen verzamelen en te bewerken. De opsomming die vaak gehanteerd wordt in privacy verklaringen geeft vaak niet direct antwoord op de dilemma's die gebruikers hebben, bevorderen het gevoel van veiligheid vaak niet of beantwoorden de vragen indirect. Ook zijn de doelen zoals ze geformuleerd worden vaak abstract en passen niet bij de belevingswereld van een gebruiker.

De volgende zaken kunnen bijdragen:

- 1) De verklaring opstellen vanuit de vragen van de gebruikers en niet vanuit de abstracte wettelijke grondslagen. Een van de belangrijkste vraag die gebruikers hebben is bij gratis diensten wat de ruil is voor het "gratis" gebruik. Ze beseffen vaak goed dat een dienst niet gratis is, maar waarmee ze nu echt betalen wordt niet duidelijk. Dit geeft een onveilig gevoel, zie ook punt 2.
- 2) Uitstralen van veiligheid en als bedrijf je verantwoordelijkheid nemen. Dit kan een



bedrijf doen, door soms te waarschuwen of duidelijk te maken waarom en waarvoor ze bepaalde gegevens gebruiken. Of opties aan te bieden om instellingen eenvoudig aan te passen.

- 3) Duidelijkheid te geven waarvoor allemaal toestemming is gegeven. Nu gebeurt dit vaak tijdens het aanmaken van een account. Daar wordt vaak zonder na te denken akkoord op gegeven. Gebruikers willen graag een overzicht van die toestemmingen en waar mogelijk ook de optie om de keuzes te kunnen herzien. Nu is het vaak lastig om te achterhalen waarvoor ze toestemming hebben gegeven en als dit al kan, dan zit dit vaak verstopt.

Het is gezien de complexiteit van een privacy verklaring en de bijbehorende uitdagingen lastig om alle richtlijnen direct te vertalen in een ontwerp. Ook conflicteren de ontwerprichtlijnen soms met elkaar of met de “wettelijke” eisen die gesteld worden aan een privacy verklaring.

Ons doel van dit project was om de eerste stappen te zetten in de ontwikkeling van een nieuwe vorm van privacy verklaringen. Deze nieuwe vorm hebben we iteratief ontwikkeld. We hebben diverse concepten uitgewerkt en deze middels testen door ontwikkeld in nieuwe concepten. Hiervan zijn we uitgegaan van de huidige context van een privacy verklaring, omdat we van belang vinden dat bedrijven anders gaan communiceren. Dit denken we te kunnen bereiken door zoveel mogelijk aansluiting te zoeken bij de huidige vorm van de privacy verklaringen, maar deze aan te vullen en ook vanuit het gebruikersperspectief aan te vullen en presenteren.

Voor ons onderzoek hebben we twee prototypes ontwikkeld en getracht op basis van de bovenstaande punten een belangrijke verbetering door te voeren. Deze neemt de wensen van gebruikers mee, maar zoekt ook aansluiting bij de huidige vorm van privacy verklaringen.

De grootste winst bij de eerste versies is wat ons betreft een verklaring die uitdaagt tot lezen, een betere gebruikerservaring heeft en snel eenvoudig te navigeren is en die bevordert dat gebruikers sneller begrip geeft van de inhoud en de winst van het lezen van de verklaringen duidelijk maakt.



Op basis van ons onderzoek hebben we twee concepten verder uitgewerkt en hebben we deze vertaald in doorklikbare prototypes. Deze prototypes hebben we gebruikt om de achterliggende principes van de ontwerpvisie en richtlijnen te testen.

Voor de testen hebben we keuzes gemaakt in wat we in prototypes wilden uitwerken om te kunnen er inzicht over te krijgen. We hebben er voor gekozen om te richten op het volledige document, om te kijken in hoeverre het visualiseren van de grenzen van privacy mogelijk voor meer begrip zou zorgen en daarnaast een andere orientatie zou zorgen voor snelle navigatie. Het idee om specifieke scenario's uit te werken die zich richten op onderdelen van de privacy verklaring, gebaseerd op de dilemma's die bij de gebruikers speelden hebben we in deze test opgevangen door middel van het nabootsen van een campagne op Facebook. De campagne bestond uit vragen die als trigger diende om de privacy verklaring te gaan lezen (zie de vragen op de volgende pagina's). Immers wanneer gebruikers een vraag hebben, zullen ze eerder geneigd zijn om op zoek te gaan naar het antwoord.

De volledige privacy verklaring hebben we daarnaast in klikbare prototypes uitgewerkt waarbij het ene prototype erop gericht is om de lezer snel te laten oriënteren en hierdoor lezers de mogelijkheid bieden om sneller antwoorden te vinden op hun vragen. Het andere prototype heeft als doel om meer begrip te krijgen door een context te bieden (privacy tastbaarder te maken), door de grenzen van informatiestromen te visualiseren en te laten zien waar gegevens naar toe stromen.

Bij beiden prototypes is er gekozen om de letterlijke teksten van de verklaring van Facebook als uitgangspunt te nemen. Enerzijds met de gedachte dat we in dit project een alternatief voor de privacy verklaring van Facebook zouden ontwikkelen en dus zoveel mogelijk aansluiting moeten zoeken bij de vorm en inhoud van Facebook. Anderzijds omdat we in dit project los van Facebook hebben gedaan en dus niet hebben kunnen overleggen of een andere vorm voor Facebook ook haalbaar zou kunnen zijn. Vanuit de juridische context hebben we er dus voor gekozen om de letterlijke teksten van de huidige verklaring van Facebook te gebruiken en deze nog niet te herschrijven in begrijpelijke taal. Herschrijven betekent interpreteren en dat is lastig zonder overleg met het bedrijf.





Piet Kersen

10 uur · Twitter ·

Weet jij met wie
Facebook informatie
verspreid over jouw
locatie?



Kom erachter via onze
visuele privacy verklaring

Vind ik leuk Reactie Delen

Margriet Boom en 8 anderen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...



Piet Kersen

10 uur · Twitter ·

Weet jij wie de foto
die je net op
Facebook plaatste
allemaal kan zien?



Kom erachter via onze
visuele privacy verklaring

Vind ik leuk Reactie Delen

Margriet Boom en 8 anderen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...



Piet Kersen

10 uur · Twitter ·

Weet jij met wie
Facebook informatie
verspreid wanneer je
op een andere site
inlogt met je
Facebook account?



Kom erachter via onze
visuele privacy verklaring

Vind ik leuk Reactie Delen

Margriet Boom en 8 anderen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...



Piet Kersen

10 uur · Twitter ·

Weet jij wat
Facebook met jouw
gegevens doet?



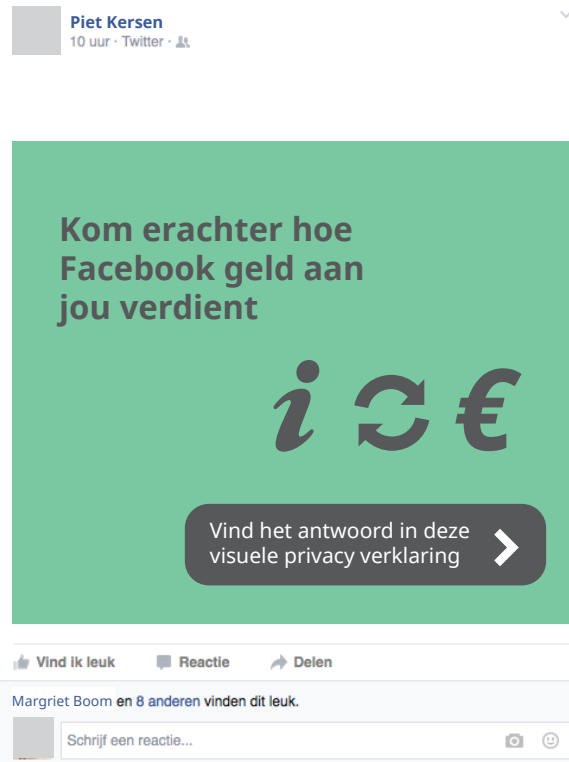
Kom erachter via onze
visuele privacy verklaring

Vind ik leuk Reactie Delen

Margriet Boom en 8 anderen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...





Na het doorlopen van de campagne vragen en het observeren van de reacties hierop, gaven de deelnemers aan welke vraag ze het meest aansprak en waarom. Daarna kwamen ze op de homepage van de prototypes. We hebben tijdens deze test dus ook onderzocht of de vragen aanleiding geven om de privacy verklaringen überhaupt aanzetten tot het lezen van een privacy verklaring.

De vijf gebruikerstesten zijn niet bedoeld geweest om de prototypes te valideren op een kwantitatieve manier, maar wel om belangrijke inzichten te krijgen in hoe de gekozen ontwerprichtingen en elementen aanzetten tot het lezen en begrijpen van de privacy verklaring.

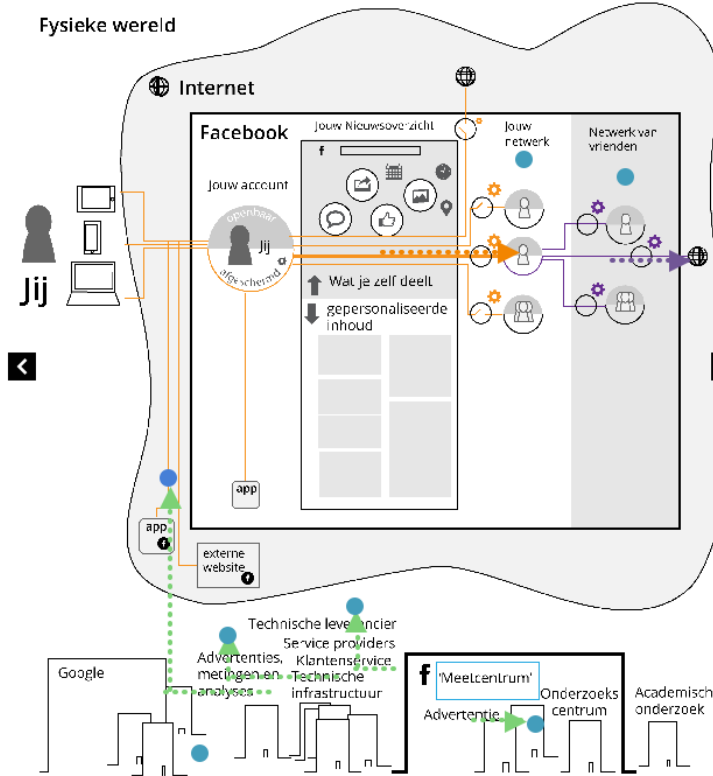
Uit de testen bleek dat beide prototypes voor en nadelen hadden. Het eerste prototype met het overzicht en grenzen werd door sommige als complex beschouwt, maar er waren ook mensen die juist hierdoor meer wilde weten. Het gaf deelnemers het gevoel dat ze als een soort ontdekkingsreis door de verklaring konden gaan. Het tweede prototype was eerder gericht op het sneller navigeren en het bereiken van overzicht. Dat werd zeker gewaardeerd door de gebruikers. Wel bevatte dit prototype nog veel tekst en raakte mensen toch ook hier de weg in de inhoud enigszins kwijt doordat de verbanden tussen de onderdelen niet duidelijk waren. De hoeveelheid tekst werd bij beide prototypes als onaantrekkelijk ervaren.

Er waren zeker vragen die aanleiding gaven tot het openen van de privacy verklaring. Alleen waren de deelnemers aan de testen teleurgesteld dat ze niet direct antwoord kregen op de vragen. Ze moesten de antwoorden alsnog zelf uitzoeken.

Prototype 1

Verzamelen Delen Gebruiken Wissen Beveiligen Internationale Diensten

Fysieke wereld



Hoe worden deze gegevens gedeeld?

Apps, websites en integratiepunten van externe partijen die onze diensten gebruiken of erop aanwezig zijn.

Als je externe apps, websites of andere diensten gebruikt die gebruikmaken van of geïntegreerd zijn met onze diensten, kunnen deze externe diensten gegevens ontvangen over wat je plaatst of deelt. Wanneer je bijvoorbeeld een game speelt met je Facebook-vrienden of de Facebook-knop Reageren of Delen gebruikt op een website, ontvangt de gameontwikkelaar of website mogelijk informatie over je activiteiten in de game of de reactie of link die je vanaf de website deelt op Facebook. Daarnaast krijgen externe partijen als je hun diensten downloadt of gebruikt, toegang tot je openbare profiel, waaronder je gebruikersnaam of gebruikers-ID, je leeftijdsgroep en land/taal, je vriendenlijst en de gegevens die je met deze externe diensten deelt. Gegevens die worden verzameld door deze apps, websites of geïntegreerde diensten zijn onderhevig aan de voorwaarden en beleidsregels van de betreffende externe diensten.

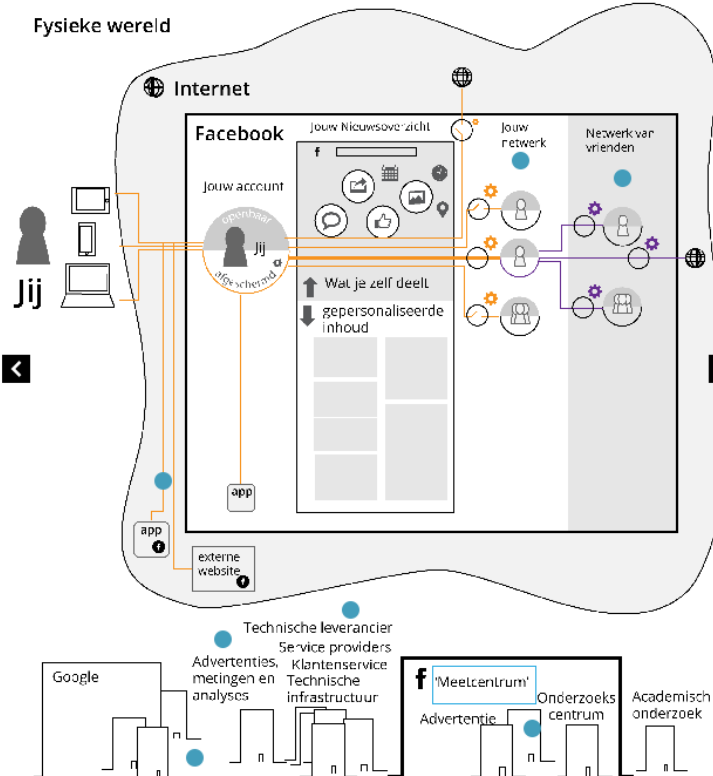
Meer informatie over hoe je de gegevens kunt controleren die jij en anderen over jou met deze apps en websites delen.

- dingen die je doet op Facebook
- dingen die anderen doen op Facebook
- ⌚ Gegevens die Facebook verzamelt
- ⌚ Met wie Facebook deze gegevens deelt
- ⌚ Waar Facebook deze gegevens voor gebruikt

[Legenda](#) [Vragen?](#) [Wijzigingen](#)

Verzamelen Delen Gebruiken Wissen Beveiligen Internationale Diensten

Fysieke wereld



Hoe worden deze gegevens gedeeld?

Delen via onze diensten

Mensen gebruiken onze diensten om in contact te komen met anderen en informatie uit te wisselen. We maken dit mogelijk door je gegevens op de volgende manieren te delen:

Delen met externe partners en klanten

We werken samen met externe bedrijven die ons helpen onze diensten aan te bieden en te verbeteren, of die advertenties of gerelateerde producten gebruiken. Deze samenwerkingen maken het mogelijk om onze bedrijven te besturen en gratis diensten aan te bieden aan mensen over de hele wereld.

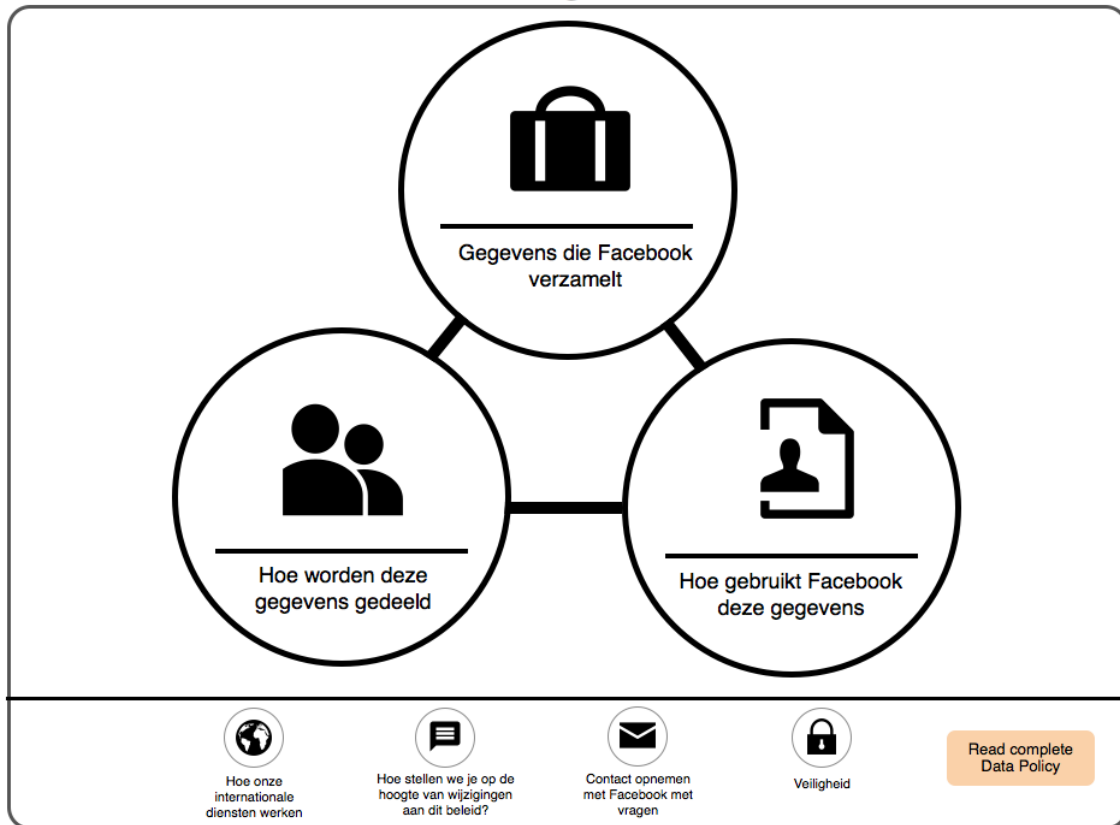
- dingen die je doet op Facebook
- dingen die anderen doen op Facebook
- ⌚ Gegevens die Facebook verzamelt
- ⌚ Met wie Facebook deze gegevens deelt
- ⌚ Waar Facebook deze gegevens voor gebruikt

[Legenda](#) [Vragen?](#) [Wijzigingen](#)

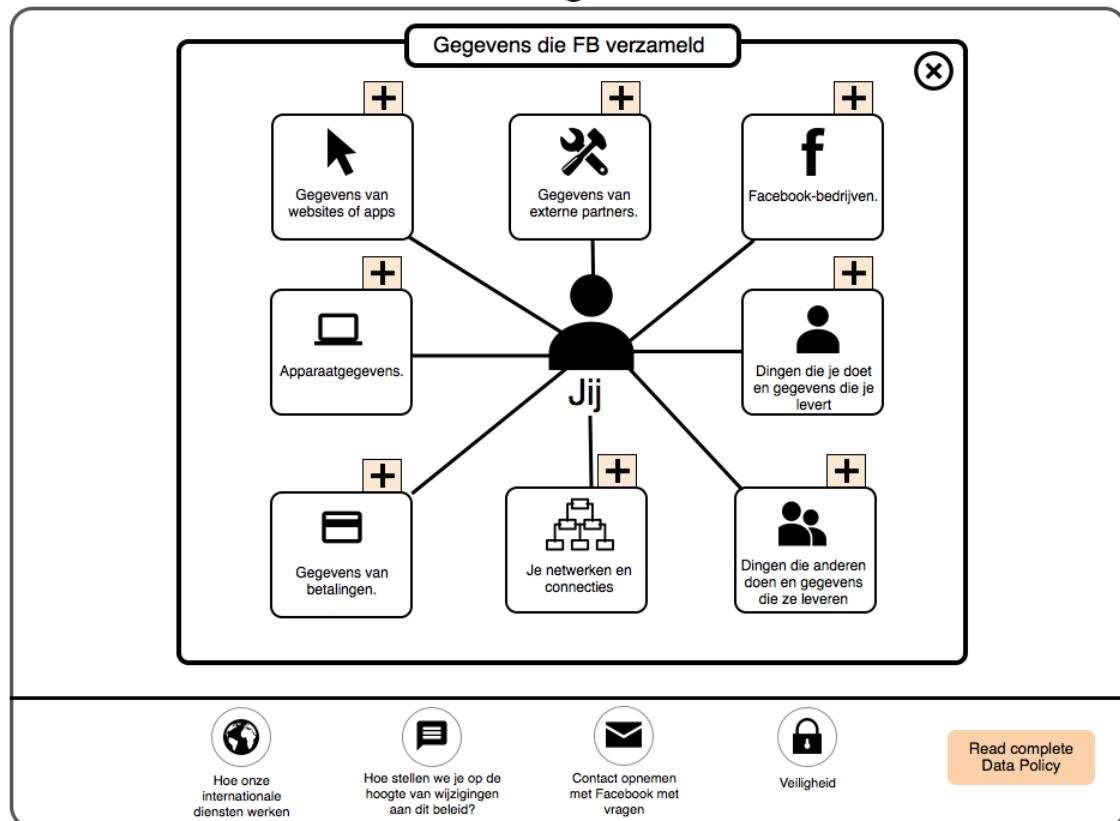
Prototype 2



Facebook Gegevensbeleid



Facebook Gegevensbeleid



De testen hebben ons duidelijk gemaakt dat het sneller en eenvoudiger navigeren als een belangrijke winst worden gezien en dat de gelaagdheid zeker belangrijk is. Maar ook dat de huidige opzet van verklaring op de schop moet om gebruikers te kunnen helpen met het lezen van de documenten. De opbouw welke gegevens worden verzameld, voor welke doeleinden worden deze gedeeld en met wie worden deze gedeeld, geven nog onvoldoende de relatie aan. Je kunt als lezer nog steeds niet het antwoord krijgen waarvoor Facebook bijvoorbeeld jouw locatie wilt bijhouden. Het levert dus niet direct een antwoord op, of geeft ook geen mogelijkheid als je wel het antwoord hebt gevonden om er iets mee te doen. Juist die controle krijgen wordt door gebruikers gezien als een belangrijke winst voor het lezen van die verklaringen. De ontransparante manier van communiceren van Facebook sluit dus nog onvoldoende aan bij de wensen van gebruikers. Wel werden de prototypes beschouwd als een winst ten opzichte van de huidige versie van de privacy verklaring van Facebook. Deze hebben we tijdens de testen nog ter controle aangeboden aan de gebruikerstesters.

We hebben dan ook besloten om de dilemma vragen verder uit te werken in specifieke scenario's. In de twee scenario's die we hebben uitgewerkt hebben we getracht het totale overzicht te laten zien en dus lezers te laten zien wat Facebook van je weet als je bijvoorbeeld een foto upload, wat Facebook met die gegevens doet en met wie Facebook die gegevens deelt. Daarnaast ook tips gegeven om zelf wat te doen aan de privacy bescherming. Bijvoorbeeld tips over instellingen of om over na te denken.

De triggers/dilemma's zijn goede aanknopingspunten om mee te starten als lezers, omdat er snel een antwoord gegeven kan worden bij de vraag waarmee een lezer speelt. En verder ook als aanleiding kan dienen om te ontdekken dat er nog meer te vinden is in een privacy verklaring. De achterliggende gedachten van onze nieuwe versie van het ontwerp is dus ook trigger > antwoord > verder exploreren (hierbij zal het afhangen hoe bewust en hoe belangrijk privacy voor diegene is, in hoeverre hij het document verder zal bekijken/doorlezen). Maar voor iemand die al geïnteresseerd is, en redelijk bewust/op de hoogte, zal snel zijn antwoord kunnen vinden, met ondersteunende visualisatie voor begrip.

Omdat het onmogelijk is om een privacy verklaring geheel vanuit vragen en de antwoorden op te stellen hebben we een combinatie gemaakt tussen de vraagvorm en een visuele vertaling van de privacy verklaring van Facebook.

Naar aanleiding van uitkomsten van de testen hebben we de positieve punten van beide prototypes proberen te combineren. Enerzijds het overzicht en de context van het eerste prototype en anderzijds het overzichtelijke en eenvoudiger navigeerbaarheid van het tweede prototype. Ook hebben we besloten om de teksten te herschrijven en begrijpelijker te maken. Dit onder andere door het gebruik van kortere zinnen en bijbehorende visualisaties. Hierbij zijn we wel gebonden aan de tekst van Facebook. We hebben de verklaring dus niet radicaal anders kunnen herschrijven.

Op de volgende pagina's vind je de twee scenario's en een overzicht van de opbouw van gelaagdheid van het uiteindelijke concept.



Voorbeeld: Het plaatsen van een foto op Facebook

Wat weet Facebook over jou als je een foto deelt op Facebook?

Visuele Voorwaarden legt het uit...

Trigger

Wat weten ze over mij als ik de quiz invul?

Facebook weet:
De gegevens die de appmaker deelt. Dat je geïnteresseerd bent in dat genre spelen en quizzen. Hoe vaak je het speelt en wanneer. Misschien zelfs ook jouw locatie. Die kan Facebook ontvangen via jouw apparaatgegevens. Facebook verzamelt ook betaalgegevens. Bijvoorbeeld bij een aankoop in een quiz-app.

De quiz-app weet:
Alles op jouw openbare profiel. Jouw gebruikersnaam, je leeftijdsgroep, vriendennet en land of taal. Maar ook alle andere informatie die je op openbaar hebt gezet. Dit kunnen zijn: jouw geboortedatum, e-mailadres, geboorteplaats, opleiding en interesses.

Let op: je deelt meer informatie door hiervoor toestemming te geven. Dit akkoord is niet gegeven. Het kan dus zijn dat je ook de volgende gegevens deelt, ook al heb je ze op privé staan:
 je naam
 je e-mailadres
 je geboortedatum
 je geboorteplaats
 je opleiding
 je interesses

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. Meer info >

P1

Wat doen ze met die gegevens?

Facebook
Het belangrijkste voor Facebook is geld verdienen. Bijvoorbeeld door het plaatsen van advertenties op jouw tijdlijn. Dit kunnen advertenties zijn voor andere quizzen. Maar ze bekijken ook jouw algemene advertentievoorkeuren. Daarbij kunnen ze worden gebruikt om op jouw tijdlijn gepersonaliseerde suggesties te doen.

De quiz-app
Elke app/quiz heeft een eigen, afwijkende privacy verklaring. Alleen daarin kun je lezen met wie en waarvoor de gegevens gedeeld worden. Het is maar de vraag of een app of quiz wel echt jouw e-mailadres, leeftijd of vriendennet nodig heeft. Let daarom goed op welke toestemming je geeft bij het aarmeriden.

advertisenties **gepersonaliseerde inhoud**

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. Meer info >

P2

Met wie worden jouw gegevens gedeeld?

Facebook
Facebook deelt je gegevens binnen de groep van bedrijven die onderdeel zijn van Facebook. Klik op de app om naar de privacy verklaring van deze bedrijven te gaan om te weten te komen welke bedrijven met jouw privacy omgaan.

De quiz-app
Elke app/quiz heeft een eigen, afwijkende privacy verklaring. Alleen daarin kun je lezen met wie en waarvoor de gegevens gedeeld worden door de quiz-app. Of jouw quiz-resultaten gedeeld worden op jouw tijdlijn is vaak ook afhankelijk of je hier toestemming voor hebt gegeven.

Deelingspartners **advertisenties** **gepersonaliseerde inhoud**

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. Meer info >

P3

Facebook weet nog meer!

We hebben in dit voorbeeld alleen de direct gerelateerde informatie over quizzen uitgelicht. Wil je weten wat Facebook nog meer allemaal weet en allemaal met jouw gegevens doet?

Wat kan ik doen?

- 1 Controleer wat er op je openbare profiel staat en wat je standaard deelt met de app/quizzen.
- 2 Controleer voordat je inlogt of start met een quiz waar je akkoord voor geeft. Als je niet wilt dat een app de gegevens krijgt pas je de toestemming aan.
- 3 Je kunt per app zien waarvoor je toestemming hebt gegeven en die toestemming aanpassen. Dit kan bij je instellingen - apps.

Let op: Je verwijderd hiermee niet de gegevens die je al gedeeld hebt. Wil je die verwijderen dan moet je contact opnemen met de betreffende app.

Wij stimuleren keuzes te nemen voor privacy

Go naar dan onze volledige visuele vertaling van de privacy verklaring van Facebook

Of bekijk ons andere voorbeeld:
Wat weet Facebook over jou als je een foto plaatst?

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. Meer info >

P4

Over deze visuele vertaling

Dit voorbeeld is onderdeel van de visuele versie van de Facebook privacy verklaring en is gemaakt door VisueleVoorwaarden. Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook. Deze vertaling is niet in overleg met Facebook gemaakt, of hebben we de onze interpretatie voorgelezen aan Facebook. Omdat de privacy verklaring van Facebook niet altijd uitdrukkelijk in helderheid en begrijpelijkheid hebben we informatie moeten aanvullen en hebben soms aanvullende punten van Facebook met de paragrafen heeft toegevoegd. Omdat dit de inhoud niet de nodige nauwkeurigheid is aangegeven kan de inhoud dus niet geheel kloppen of accuraat zijn. We staan altijd open voor suggesties ter verbetering.

Het feit dat de Facebook privacy verklaring niet altijd even helder en begrijpelijk is, betekent niet dat we het niet belangrijk vinden en transparant gaan communiceren met consumenten aan.

Let op
Deze visuele vertaling is onze interpretatie van de privacy verklaring van Facebook. Deze vertaling is niet in overleg met Facebook gemaakt, of hebben we de onze interpretatie voorgelezen aan Facebook. Omdat de privacy verklaring van Facebook niet altijd uitdrukkelijk in helderheid en begrijpelijkheid hebben we informatie moeten aanvullen en hebben soms aanvullende punten van Facebook met de paragrafen heeft toegevoegd. Omdat dit de inhoud niet de nodige nauwkeurigheid is aangegeven kan de inhoud dus niet geheel kloppen of accuraat zijn. We staan altijd open voor suggesties ter verbetering.

Visuele Vertaling van de privacy verklaring van Facebook

Maak mogelijk gemaakt door Gemeente Den Haag

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. Meer info >

P5

Voorbeeld: het spelen van een quiz op Facebook

Wat weet Facebook over jou als je een quiz speelt op Facebook?

Visuele Voorwaarden legt het uit...

Wat weet Facebook over mij?

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. [Meer info >](#)

volgende >

Trigger

P1

Wat doen ze met die gegevens?

Facebook gebruikt jouw gegevens voor heel veel dingen:

Het belangrijkste geld verdienen.

Bijvoorbeeld door het plaatsen van advertenties op jouw tijdlijn. Dit kunnen advertenties zijn over het land waar je was of relativerites. Of om of algemene advertentievoorkeuren te bepalen.

Maar ook:

- Jouw tijdlijn personaliseren
- evenementsuggesties doen op basis van jouw locatie
- Suggesties aan je vrienden doen om je te taggen

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. [Meer info >](#)

volgende >

P2

Met wie worden jouw gegevens gedeeld?

Facebook deelt je gegevens binnen de groep van bedrijven die onderdeel zijn van Facebook. Als op de logo's om naar de privacy verklaringen van deze bedrijven te gaan om te weten te komen hoe deze bedrijven met jouw privacy omgaan.

Met adverteerders deelt Facebook jouw gegevens anoniem. Verder kan Facebook jouw gegevens delen met partners, apps en websites.

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. [Meer info >](#)

volgende >

P3

Facebook weet nog meer!

We hebben in dit voorbeeld alleen de direct gerelateerde informatie over het delen van foto's uitgeleefd.

Wil je weten wat Facebook nog meer allemaal weet en allemaal met jouw gegevens doet?

Ga naar dan onze volledige visuele vertaling van de privacy verklaring van Facebook >

Of bekijk ons andere voorbeeld:
Wat weet Facebook over jou als je quiz speelt? >

Wat kan ik doen?

- 1 De locatie, tijd en datum van de foto verwijderen voordat je deze uploadt.
- 2 Van te voren nadenken wie de foto mag zien en daarbij jouw instelling aanpassen. Bijvoorbeeld plaatsen als openbaar, vrienden van vrienden of alleen familie.
- 3 Als je een foto op de tijdlijn van een vriend plaatst, onderzoek dan altijd of zijn of haar profiel openbaar is. Is dit zo, dan is jouw foto namelijk ook openbaar zichtbaar.
- 4 Denk na of de mensen die op de foto staan wel getagd willen worden.
- 5 Wil je niet dat je zelf getagd wordt? Pas dan hier je instellingen aan.

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. [Meer info >](#)

P4

Over deze visuele vertaling

Dit voorbeeld is onderdeel van de visuele vertaling van de Facebook privacy verklaring en is gemaakt door VisueleVoorwaarden.nl. Wij streven naar transparantie en begrijpelijke privacy verklaringen. Het is mogelijk dat deze visuele vertaling is om je wegwijs te maken in de privacy verklaring van Facebook. Met visuele vertalingen kan het soms lastig zijn om te begrijpen hoe Facebook jouw gegevens gebruikt. Het is mogelijk dat deze visuele vertalingen niet accuraat zijn en dat er nog andere manieren zijn om te zien hoe Facebook jouw gegevens gebruikt.

Uw hebben deze visuele vertaling ontwikkeld met steun van de gemeente Den Haag. Met het programma hebben we een gebruikersonderzoek kunnen doen en een aantal problemen kunnen maken. Dit is het resultaat van een samenwerking met de gemeente Den Haag. Het is mogelijk dat deze visuele vertalingen niet accuraat zijn en dat er nog andere manieren zijn om te zien hoe Facebook jouw gegevens gebruikt.

Let op

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook. Deze vertaling is niet in overleg met Facebook gemaakt. Het is mogelijk dat deze visuele vertalingen niet accuraat zijn en dat er nog andere manieren zijn om te zien hoe Facebook jouw gegevens gebruikt.

Het feit dat de Facebook privacy verklaring niet altijd even helder en begrijpelijk is, is ook wat ons bereikt het belang dat bedrijven helder en transparant gaan communiceren met consumenten aan.

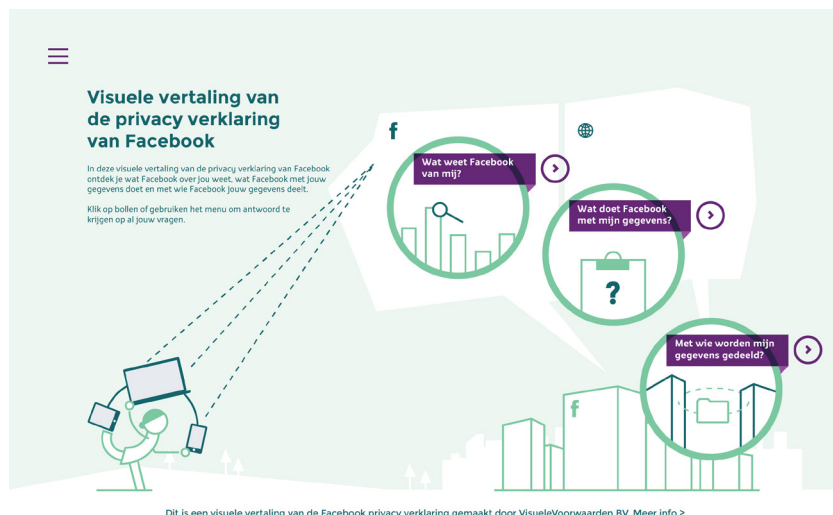
Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden.nl. www.visuelevoorwaarden.nl

Dit voorbeeld is een interpretatie van de privacy verklaring van Facebook gemaakt door VisueleVoorwaarden. Ondanks dat we getracht hebben zo zorgvuldig mogelijk te zijn, kan dit voorbeeld fouten bevatten en hoeft dus niet accuraat te zijn. [Meer info >](#)

P5

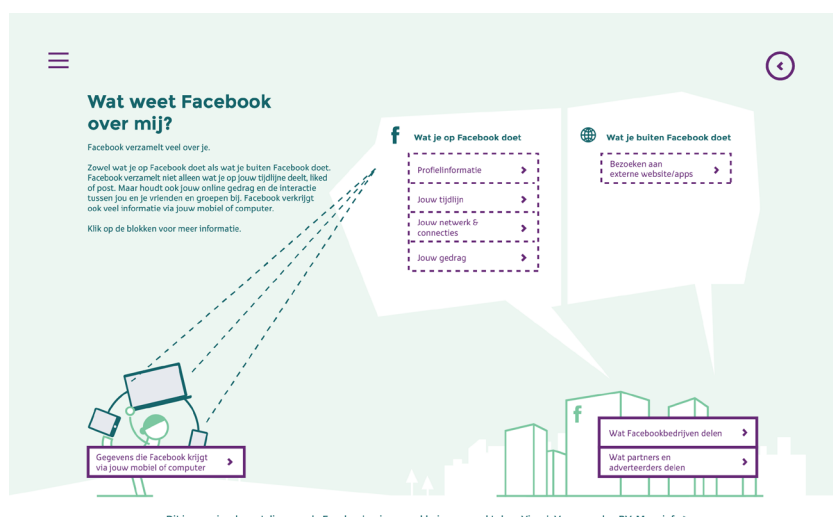


Gelaagdheid, visuele ondersteuning & vraag en antwoord structuur



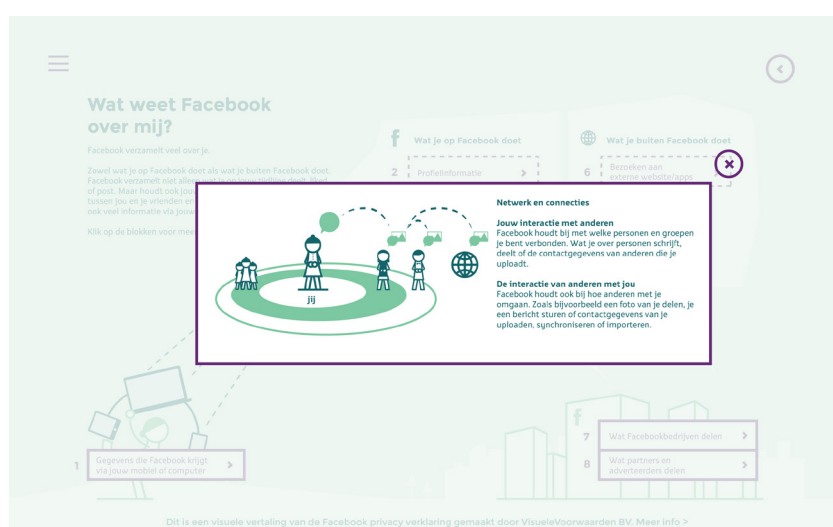
Homepagina:

Dit is de pagina waarop een gebruiker als eerste landt. Hierin zijn de belangrijkste vragen opgenomen en kan er worden doorgelinkt via de cirkels en het menu waarin alle vragen zijn opgenomen.



Verdiepende pagina:

Bij het klikken op 1 van de cirkels of een item in het menu kom je op een verdiepende pagina. Hierin is de vraag opnieuw opgedeeld in meerdere onderdelen en kan men nog 1 laag verderklikken voor specifieke toelichting op een onderwerp.



Verdieping item:

Bij het klikken op 1 van de specifieke items wordt een uitleg gegeven in begrijpelijke taal, ondersteund met visualisatie.



Evaluatie van het ontwerp

Het laatste concept is ons eindproduct voor dit designonderzoek waarvoor we financiering vanuit de gemeente Den Haag hebben ontvangen. Ondanks het feit dat we denken dat we belangrijke stappen hebben gezet in het anders presenteren en begrijpelijker maken van de privacy verklaring van Facebook, is dit niet het eindstation in de ontwikkeling van een nieuwe standaard in juridische documenten. Hiervoor zijn vervolgonderzoek en iteraties noodzakelijk. Belangrijke onderzoeksvraag is of onze nieuwe versie daadwerkelijk voor meer begrip zorgt en dat mensen daadwerkelijk de privacy verklaring gaan lezen. Daarnaast hebben we in ons ontwerp keuzes moeten maken. Uit ons onderzoek kwamen diverse ontwerprichtlijnen naar voren die mogelijk tegenstrijdige belangen en uitkomsten hebben voor het ontwerp. Er zouden dus ook zeker concepten uitgewerkt kunnen worden vanuit andere richtlijnen.

Daarnaast hebben we ook nog nadere aanbevelingen voor de verdere ontwikkeling van ons ontwerp:

- de balans tussen abstract/snel navigeren en tastbaar, dichtbij/begrip verbeteren. Nu is de verklaring nog redelijk abstract en zou het nog beter bij de belevingswereld van de lezer kunnen aansluiten. Het voordeel van dit model is wel dat de verklaring snel navigeerbaar is en de informatie gelaagd wordt aangeboden.
- Er zou nog meer visualisatie toegevoegd kunnen worden waardoor de inhoud concreter/dichterbij komt. De door ons uitgewerkte voorbeelden zijn hier een aanzet voor, maar dit kan nog verder doorgevoerd worden.
- de vraag – antwoord structuur in de visualisaties zouden nog beter op elkaar kunnen aansluiten en zou verkend kunnen worden of nog meer vragen uitgewerkt kunnen worden. Of onderzocht worden of de gehele verklaring opgebouwd kan worden vanuit vragen van gebruikers.
- de persoonlijke grenzen van iemand zouden nog meer terug kunnen komen door de stromen van informatie inzichtelijker te maken. Juist die persoonlijke grenzen en de controle over de grenzen wordt door gebruikers gezien als belangrijke reden om de verklaring te gaan lezen. Het ontwerp zou hier nog meer aansluiting bij kunnen zoeken. Dat betekent wel dat bedrijven transparanter moeten worden, maar misschien ook dat bedrijven individuele keuzes rondom de privacy van gebruikers mogelijk moeten gaan maken. Het is de vraag of bedrijven hier nu al aan toe zijn.



Discussie en conclusie

Het privacy op het internet project en het ontwikkelen van een alternatieve versie van de privacy verklaring van Facebook was een zeer inspirerend, maar ook lastig project. Dit onderzoek heeft zeker belangrijke inzichten gegeven in het anders presenteren en aanbieden van juridische documenten. Maar is duidelijk een eerste stap waar veel vervolgonderzoek naar gedaan kan worden. Dit kunnen door ons laatste prototype te valideren, of ons laatste prototype door te ontwikkelen. Alvorens te valideren.

De uitkomst van dit onderzoek had als doel kwalitatieve data op te leveren, die inzicht geven in gebruikersbehoeften om die te kunnen vertalen naar ontwerprichtlijnen. Ons onderzoek hebben we op kleine schaal gedaan en zou om getrokken conclusies te valideren aangevuld kunnen worden met kwantitatief onderzoek. We hebben een vijftal creatieve sessies georganiseerd voor de input voor het ontwikkelen van de ontwerprichtlijnen. In totaal 25 deelnemers. We hebben getracht verschillende leeftijdscategorieën uit te nodigen voor de sessies. Maar het is vooral lastig geweest om jongeren te vinden. De leeftijdscategorie van de deelnemers was 27-65 jaar. Ook waren de deelnemers relatief privacy bewust, anders neem je niet deel aan een dergelijke bijeenkomst. Dit kan een enigszins vertekend beeld geven. Een belangrijke aanbeveling is dan ook om te testen met een grotere groep met alle leeftijdscategorieën en ook proberen privacy onbewuste mensen mee te nemen. Dit onderzoek zou onze ontwerprichtlijnen kunnen aanscherpen en/of kunnen helpen in de afweging welke richtlijnen het meest prioriteit hebben.

We hebben in dit project gekozen om een alternatief voor de privacy verklaring van Facebook te ontwikkelen. Dit hebben we gedaan omdat in Nederland Facebook heel veel gebruikers heeft en er bij gebruikers veel vragen zijn over hun privacy. Zo leverde de laatste wijziging van de privacy verklaring van Facebook veel onrust op. Ondanks dat het fijn was om met zo'n bekend en aansprekend voorbeeld te werken, heeft ons dit niet altijd even gemakkelijk gemaakt.

We waren namelijk afhankelijk van de tekst van Facebook. Deze blinkt niet altijd uit in helderheid en begrijpelijke taal. We hebben dus de tekst moeten interpreteren en hebben hiervoor aannames moeten doen over wat Facebook met bepaalde paragrafen bedoelde. Overleg met Facebook had het project eenvoudiger kunnen maken. Nu is het echt onze vertaling en interpretatie van de Facebook verklaring en hoeft het dus niet altijd te kloppen. We hebben zelf nog veel vragen die we onbeantwoord hebben. Wel toont dit wat ons betreft duidelijk aan dat de huidige verklaring van Facebook niet aan de eisen van transparantie en duidelijkheid voldoet en dat Facebook een behoorlijke slag kan maken. Ook het feit dat Facebook heel veel verschillende gegevens verzameld en verwerkt heeft ons veel uitdagingen opgeleverd. Zo'n lang en complex document eenvoudig aanbieden is een pittige uitdaging geweest.

We zijn van mening dat we met dit project belangrijke stappen hebben kunnen zetten in het anders presenteren van de Facebook verklaring. We hebben een versie die eenvoudiger te navigeren valt, antwoorden geeft op vragen die deelnemers hebben en die mensen handvatten geeft om zelf iets aan hun privacy bescherming te doen.



Ons doel was om een begrijpelijker en visueler document te maken die aanzet om te lezen en ook begrepen wordt. We hebben bewust onze kennis en ervaringen in dit verslag willen delen, omdat we hopen dat meer bedrijven gaan experimenteren met begrijpelijker juridische documenten. Door het delen van kennis hopen we dat bedrijven hierop voortborduren en zo helpt juridische innovaties te bevorderen. Mocht je met ons project verder willen of wil je meer informatie, neem dan gerust contact met ons op.

Janneke Boerman
janneke@visuelevoorwaarden.nl
0644211926

Lieke Beelen
lieke@visuelevoorwaarden.nl
0647631222



Graag willen wij de gemeente Den Haag bedanken voor het toekennen van de Haagse Vernieuwingsprijs. Zonder dit prijzengeld zouden wij dit project niet in deze mate hebben kunnen uitvoeren.

Daarnaast hebben een aantal mensen bijgedragen aan dit project, waarin wij hun expertise en inzet erg waarderen:

Suitup Studio voor hun enorme inzet bij het maken van het animatiefilmpje 'Privacy helder uitgelegd'. Zij hebben vanuit hun waardering voor dit onderwerp ook een bijdrage gedaan vanuit vrijwillige basis. Daarbij willen we speciaal Sander Hegeman bedanken aangezien hij naast zijn inzet voor het animatiefilmpje ook heeft deelgenomen aan een van onze creatieve sessies.

Simon Jimenez voor het meedenken en brainstormen over het concept en het uitwerken van een van de eerste prototypes.

Dylan Haanappels voor het meedenken en het uitwerken van de grafische stijl van het eindprototype.

En last but not least: alle deelnemers van de creatieve sessies, JCI Haaglanden voor deelname aan de co-creatie sessie en kennissen/vrienden die met ons hebben meegedacht gedurende het afgelopen jaar.

