

Filterbubbel

**WEETJE**

Een groep van gelijkgestemden op sociale media noemen we ook wel een 'echokamer'. Mensen in deze groepen zoeken vooral informatie en mensen op die hun ideeën bevestigen.

In deze Digi-doener gaan we ontdekken wat een filterbubbel is én of jij ook in een filterbubbel zit!

OPDRACHT 1

Hoe werkt de filterbubbel? Zet de stappen in de goede volgorde aan de hand van wat je zojuist hebt geleerd in de video.

1. Door die data weten diensten zoals Google, maar ook sociale media, wat jij leuk vindt en waar jij naar op zoek bent.
2. Sommige mensen maken zich zorgen over het effect van de filterbubbel. Ze zijn bang dat mensen hierdoor minder goed geïnformeerd zijn over wat er zich afspeelt in de wereld en dat mensen extremer worden in hun denkbepelden doordat ze minder met nieuwe informatie in aanraking komen.
3. Er wordt data verzameld over jou op het internet, bijvoorbeeld door cookies, je zoekgeschiedenis, wat je leuk vindt op sociale media en je locatie.
4. Door die gepersonaliseerde ervaring kun je in een filterbubbel terecht komen. Dat betekent dat je steeds aan dezelfde soort informatie wordt blootgesteld; berichten met dezelfde onderwerpen en meningen, filmpjes over dezelfde onderwerpen, etc.
5. Vervolgens krijg je een gepersonaliseerde ervaring op het internet: je krijgt posts, nieuwsberichten en advertenties te zien die jij waarschijnlijk leuk vindt.

De goede volgorde is: _____

OPDRACHT 2

Het is tijd om naar je eigen filterbubbel te kijken. Scroll door je sociale media en onderzoek wat voor berichten je ziet. Wat voor video's, sponsored posts en advertenties krijg je aanbevolen? Zijn er bepaalde onderwerpen die vaak terugkomen? Zie je bronnen die vaak terugkomen? Maak een tekening van hoe jouw filterbubbel er uit ziet.



Vergelijk jouw filterbubbel met die van andere klasgenoten. Bespreek:

- Wat is er hetzelfde?
- Wat is er anders?
- Wat heb je geleerd over je eigen filterbubbel?

WEETJE

Het woord 'filterbubbel' is in 2011 bedacht door internetactivist Eli Pariser als titel voor zijn boek hierover. Nadat zijn boek uitkwam gingen vele wetenschappers onderzoek doen naar dit fenomeen: bestaat het wel of bestaat het niet?

OPDRACHT 3

Het internet geeft een gepersonaliseerde ervaring. Dat heeft voor- en nadelen. Brainstorm met een klasgenoot over wat de voor- en nadelen zijn. Probeer van allebei voorbeelden op te schrijven.

Situaties waarin het prettig is:

Situaties waarin het vervelend is:



Bekijk de voor- en nadelen en weeg ze tegen elkaar af. Probeer een standpunt in te nemen of je de gepersonaliseerde ervaring overwegend prettig of juist vervelend vindt. Streep door wat niet van toepassing is en vul aan:

Ik vind een gepersonaliseerde ervaring op het internet overwegend prettig/vervelend omdat _____

OPDRACHT 4

Wat kun je zelf doen om uit de filterbubbel te stappen? Brainstorm hierover in een groepje van drie. Probeer minimaal drie ideeën op te schrijven.
