

# Filterbubbel

**Tijdens deze les gaan de leerlingen ervaren wat de filterbubbel is. Ze denken na over hoe wenselijk het is dat het internet een gepersonaliseerde ervaring is en brainstormen over manieren om uit de bubbel te komen.**

**Totale duur: 1 lesuur.**

## LESOPBOUW

- Introductie: Wat is de filterbubbel?
- Verdieping: Hoe ziet jouw filterbubbel er uit?
- Doen: Uit je bubbel!

## VOORBEREIDING & BENODIGDHEDEN

Van tevoren kun je een aantal dingen doen:

- Lees de handleiding en lesbrief
- Digibord met internetverbinding: klik door de slides voor op het digibord
- Print de lesbrief en eventueel de bijlage van deze handleiding (zie differentiatie).

## DIFFERENTIATIE

De les begint met een filmpje van de NOS over algoritmes en de filterbubbel. Het tempo ligt hoog en als leerlingen nog niet veel voorkennis hebben kan het lastig te begrijpen zijn.

Opdracht 1 is gemaakt om de informatie uit het filmpje te verwerken. Als je hier wat meer aandacht wil besteden dan is er een alternatieve opdracht in de bijlage.

Bij opdracht 2 moeten de leerlingen hun smartphone gebruiken om hun eigen filterbubbel in kaart te brengen. Als je niet van devices gebruik maakt in de les kun je de alternatieve opdracht uit de bijlage als vervangende opdracht inzetten.

## VERBINDING MET BEROEPEN & ARBEIDSMARKT

Software developers, online marketeers en data-analisten houden zich bezig met het verzamelen van data van internetgebruikers. Op basis de informatie die hieruit komt worden deze data ingezet om jou dingen te laten zien en aanklikken waarvan ze denken dat het bij jou past, bij jouw interesse ligt en waarvan ze kopen dat je het koopt of gaat gebruiken.

## ETHIEK EN TECHNOLOGIE

Is een gepersonaliseerde ervaring op het internet, waarin de berichten die je te zien krijgt aangepast zijn aan jouw interesses, prettig of juist vervelend?

## DOEL VAN DE LES

Domein curriculum 2021	Leerdoelen digitale vaardigheden	Kerdoelen Nederlands	21st century skills
<b>1 Data en informatie</b> DG1.2 Digitale data.	<b>1 Mediawijsheid</b> De leerling kan analyseren hoe de eigen mediaconsumptie van invloed is op de eigen kijk op de wereld.	<b>1 Nederlands</b> De leerling kan deelnemen aan discussie en overleg of informatieuitwisseling.	<b>1 Kritisch denken</b>
<b>2 Veiligheid en privacy in de digitale wereld</b> DG2.2 Privacy in de digitale wereld.	<b>2 Mediawijsheid</b> De leerling wordt zich bewust van analyse gedrag van sociale media.	<b>2 Nederlands</b> De leerling kan luisterfragmenten interpreteren, begrijpen en samenvatten	<b>2 Zelfregulering</b>

## INTRODUCTIE

Openingslide



**Slide 2, Klassikaal, individueel**

Bespreek vooraf met de leerlingen: Wie heeft er wel eens gehoord van de filterbubbel? Wat is het?

Bekijk daarna de video, hierin wordt uitgelegd wat een filterbubbel is. Het tempo van de video ligt hoog. Je kunt de video eventueel tussentijds pauzeren en met de leerlingen samenvatten wat er is verteld.

Laat de leerlingen daarna, individueel of in tweetallen, werken aan opdracht 1. Daarna kunnen ze individueel verder gaan met opdracht 2 waarna ze de resultaten bespreken in groepjes.

Antwoordmodel opdracht 1:

De goede volgorde is 3-1-5-4-2 of: 2-3-1-5-4. Eventueel kun je de antwoorden van opdracht 2 ook nog klassikaal bespreken.

**VERDIEPING & DOEN****Slide 3, Klassikaal, individueel****ETHIEK EN TECHNOLOGIE**

**Vertel:** Maar wat is het effect precies van de filterbubbel? Het staat vast dat het internet, door middel van algoritmes, een gepersonaliseerde ervaring geeft. Iedereen ziet andere dingen. Maar of we echt in een filterbubbel leven en hoe ondoorzichtig die bubbel is, daar verschillen de meningen over. Sommige mensen zeggen dat we door het internet juist wel in aanraking komen met nieuwe informatie en meningen. Dat is natuurlijk een mogelijkheid, de vraag is alleen of we het internet ook op die manier (willen) gebruiken. Via het internet kunnen we leren over wat er speelt over de hele wereld en nieuwe mensen leren kennen. Maar we kunnen door ons gedrag ook in de 'echokamer' terechtkomen: waar je de hele tijd alleen maar je eigen mening terughooort van de mensen en kanalen die je volgt. We hebben het (deels) zelf in de hand: door hoe we het internet gebruiken en door hoe we het internet vormen - de sociale media en algoritmes zijn immers door mensen bedacht en worden ook steeds weer aangepast en verder ontwikkeld. Laat de leerlingen nu werken aan opdracht 3.



Voorbeeldantwoorden bij opdracht 3:

Situaties waarin het prettig is:

- Als je op Google snel vindt wat je zoekt
- Als je gebaseerd op je locatie meteen een suggestie krijgt voor wat je zoekt in de buurt
- Als je een aanbieding of advertentie krijgt voor iets wat je wil hebben
- Als je vanzelf muziek/series/video's krijgt aangeraden die je leuk vindt.

Situaties waarin het vervelend is:

- Als je advertenties krijgt voor zaken die gevoelig liggen of waar je onzeker over bent
- Als je posts op sociale media niet gezien worden door je vrienden omdat het algoritme bepaalt dat ze niet belangrijk genoeg zijn (newsfeed op sociale media is het resultaat van algoritmes:

posts worden getoond op basis van populariteit/belangrijkheid en niet chronologisch)

- Dat je met gepersonaliseerd nieuws bijvoorbeeld niet zeker weet of je ook echt het belangrijkste nieuws te zien krijgt
- Dat je niet of weinig met nieuwe informatie of meningen geconfronteerd wordt
- Dat de informatie die je te zien krijgt misschien gekleurd is omdat er een (commercieel) belang achter zit.

Bespreek de standpunten van de leerlingen. Wat voert de boventoon en waarom? De prettige situaties waardoor je de onprettige accepteert, of is er ook een grens waar het onprettige boven het prettige gaat?

#### Slide 4, Klassikaal

Laat de leerlingen werken aan opdracht 4 en bespreek daarna de resultaten. Antwoordmodel opdracht 4:

**Kritisch omgaan met informatie / open houding:** Af en toe het journaal kijken om ander nieuws te zien, bewust op zoek gaan naar verschillende meningen als je een onderwerp interessant vindt, praten met mensen over wat je ziet op sociale media, nieuwe mensen en kanalen volgen, bewust kijken naar welke posts 'sponsored' zijn.

**Instellingen aanpassen:** Soms is het mogelijk om de instellingen van je sociale media aan te passen zodat je newsfeed op chronologie in plaats van populariteit wordt geordend.

**Privacy-maatregelen:** Je kunt privacy-maatregelen nemen zoals het letten op cookies, verwijderen van je zoekgeschiedenis, het gebruiken van een VPN of incognito-tabblad.

**Nieuwe initiatieven ontdekken:** Er zijn allerlei applicaties ontwikkeld die moeten helpen met het doorprikken van de filterbubbel. Zo zijn er bijvoorbeeld andere zoekmachines dan Google die niet werken met gepersonaliseerde zoekresultaten en nieuwswebsites die je bewust meerdere perspectieven laten zien.



### AFRONDING

#### Slide 5, Klassikaal

Ga met de leerlingen in gesprek over wat ze tijdens deze les hebben geleerd. Je kunt bijvoorbeeld de volgende vragen stellen:

- Wat heb je geleerd over je eigen filterbubbel?
- Ga je dingen anders doen / anders bekijken?
- Zou je zelf een baan willen waarbij je er voor zorgt dat mensen op het internet de informatie krijgen die ze zoeken en leuk vinden?
- Of misschien wel het tegenovergestelde: zou je willen zorgen dat mensen soms juist hele nieuwe informatie ontdekken?
- Wat voor banen ken je die hier mee te maken hebben? Bijvoorbeeld: developers, zij schrijven de algoritmes om informatie over gebruikers op te halen, op te slaan en om aanbevelingen te kunnen maken. Of data-analisten, zij onderzoeken de verzamelde data en kunnen klantprofielen maken.



**BIJLAGE**

**Alternatieve opdracht**

Hoe werkt de filterbubbel? Bekijk deze video: <https://www.youtube.com/watch?v=RZkZ-PLJzas>

Teken daarna een stripverhaal bij de stappen hieronder om duidelijk te maken hoe de filterbubbel werkt.

1. Er wordt data verzameld over jou op het internet, bijvoorbeeld door cookies, je zoekgeschiedenis en je locatie.	2. Hierdoor weten diensten zoals Google, maar ook sociale media, wat jij leuk vindt en waar jij naar op zoek bent.
3. Vervolgens krijg je een gepersonaliseerde ervaring op het internet: je krijgt posts, nieuwsberichten en advertenties te zien die jij waarschijnlijk leuk vindt.	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. 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 denkbeelden doordat ze minder met nieuwe informatie in aanraking komen.	