

Opgave 3 Gepersonaliseerde media

Bij deze opgave hoort tekst 4 .

Inleiding

Meningen van mensen zouden in toenemende mate bepaald worden door onpersoonlijke algoritmes op internet. Op basis van analyses van het zoekgedrag van de internetgebruikers geven gepersonaliseerde media steeds meer informatie die aansluit bij de mening van die gebruiker. Mensen zouden daardoor leven in een ‘informatiebubbel’ die hen afschermt van andere meningen, waardoor polarisatie en wederzijds onbegrip zouden toenemen. Tekst 4 verscheen op de website StukRoodVlees (SRV). De website is opgezet om vanuit academisch onderzoek een tegenwicht te geven aan vluchtige meningen en ongefundeerde analyses. De veronderstelling dat gepersonaliseerde media verstreckende negatieve gevolgen zouden hebben voor het democratische debat, wordt gerelativeerd in het artikel waarvan tekst 4 een fragment is.

- 2p 16 Bij communicatie is altijd sprake van een zender en een ontvanger. Wat is een verschil is tussen interpersoonlijke communicatie en massacommunicatie met betrekking tot de zender en wat is een verschil met betrekking tot de ontvanger?

Lees tekst 4.

- 2p 17 In een democratie zijn massamedia onder andere belangrijk omdat ze een informatiefunctie vervullen. Volgens tekst 4 zullen gepersonaliseerde media **geen** bijdrage leveren aan een andere functie die de media voor de samenleving vervullen. Welke andere functie is dat? Ondersteun je antwoord met een citaat uit tekst 4.

Zie de regels 19 tot en met 37 van tekst 4.

- 2p 18 Als de meeste mensen hun informatie gepersonaliseerd ontvangen zoals dit tekstgedeelte schetst, dan wordt een van de doelen van het mediabeleid moeilijk te realiseren. Welk doel van het mediabeleid is dat? Leg je antwoord uit.

- 2p 19 De commerciële omroepen en de publieke omroep hebben deels verschillende doelstellingen. Bij het streven naar één van die doelstellingen kan het personaliseren van het media-aanbod een belangrijke bijdrage leveren. Geef een doelstelling waarin beide soorten omroepen van elkaar verschillen en waaraan het personaliseren van het media-aanbod een belangrijke bijdrage kan leveren. Leg je antwoord uit.

Zie de regels 24 tot en met 33 van tekst 4.

De signalering van het Commissariaat voor de Media komt uit een brief aan de minister. Daarin legt het Commissariaat voor de Media uit hoe het zijn taak het aanstaande jaar van plan was te gaan vervullen.

- 2p **20**
- Geef een taak van het Commissariaat voor de Media.
 - Leg uit dat het in verband met die taak van belang is dat het Commissariaat voor de Media trends in het media-aanbod signaleert.

Zie de regels 33 tot en met 37 van tekst 4.

In de Nederlandse parlementaire democratie bestaat pluriformiteit van informatievoorzieningen en persvrijheid.

- 3p **21**
- Beredeneer vanuit een kenmerk van de parlementaire democratie waarom pluralistische media belangrijk zijn.
 - Beredeneer ook waarom personalisatie de parlementaire democratie kan bedreigen.

Opgave 3 Gepersonaliseerde media

tekst 4

(...) Online media worden steeds vaker aangepast aan de kenmerken en voorkeuren van de gebruiker, zodat niet elke gebruiker van een website dezelfde inhoud ziet. Een gepersonaliseerde nieuwssite stemt bijvoorbeeld de selectie nieuwsverhalen en opiniestukken af op de persoonlijke voorkeuren van een lezer. In een minder vergaand geval geeft een gepersonaliseerde nieuws-site bepaalde onderwerpen, of opiniërende columns, een meer of minder prominente plek op de pagina. Eli Pariser spreekt in dit verband over een filterbubbel, een unieke informatieruimte voor iedereen.

Velen vrezen dat zulke gepersonaliseerde communicatie leidt tot polari-

satie. De algoritmes die bepalen welk nieuws we te zien krijgen, zouden dan een nieuwe vorm van verzuiling veroorzaken. Het Commissariaat voor de Media signaleert bijvoorbeeld dat er “steeds meer sprake [is] van fragmentatie; het aanbod neemt nog steeds toe en het gebruik raakt daarmee steeds meer versplinterd. Een volgende stap in deze trend is personalisatie, waarbij het aanbod is afgestemd op de voorkeuren van het individu.” En in een rapport over vrije en pluralistische media, stelt een adviesorgaan van de Europese Commissie dat personalisatie de democratie kan bedreigen. (...)

bron: stukroodvlees.nl, 28 november 2016