

Inhoud

Figuren	IX
1 Inleiding.....	1
1.1 Groeiende behoefte aan gepersonaliseerde informatie.....	1
1.2 Gepersonaliseerde online omgevingen.....	2
1.3 Filterbubbels.....	4
1.4 Sociaalwetenschappelijk filterbubbelonderzoek.....	4
2 Onderzoeksofbouw	7
2.1 Doelstelling	7
2.2 Centrale vraagstelling.....	7
2.2.1 Internetgebruik	9
2.2.2 Waarneming en attitude van Duitsers en Nederlanders	9
2.2.3 Verschillen tussen generaties.....	9
2.2.4 Verschillen tussen genders	9
2.2.5 Verschillen tussen opleidingsniveaus.....	10
2.3 Onderzoeksstructuur	10
3 Theoretisch kader	12
3.1 Online personalisatie	12
3.2 Oprichting van Google	14
3.3 Tijdperk van dataverzameling	16
3.4 Uitbreiding Google-dataverzameling	17
3.5 Personalisatie heeft de toekomst	18
4 Keerzijde van personalisatie: Wat is de filterbubbel?	20
4.1 Eli Pariser	20
4.2 Kracht om de wereld te veranderen	22
4.3 Effecten van de filterbubbel	23
4.3.1 Nieuws	23
4.3.2 Politiek.....	24
4.3.3 Wetenschap	26
5 Sceptis over Parisers theorieën	29
5.1 Sceptis over het gevaar van de filterbubbel.....	29

5.2	Kritiek op generaliseerbaarheid	30
6	Literatuuranalyse	31
6.1	Waarneming en attitude filterbubbel	31
6.1.1	Bewustzijn gestuurd internet	32
6.1.2	Attitude dataverzameling en -gebruik	33
6.2	Filterbubbel en cultuur	33
6.2.1	Cultuurverschillen tussen Duitsland en Nederland	35
6.2.2	Digitale competenties van Duitsers en Nederlanders	36
6.2.3	Andere cultuurverschillen	37
6.3	Duits en Nederlands onderzoek naar perceptie filterbubbels	40
6.3.1	Duits filterbubbelonderzoek	41
6.3.2	Nederlands filterbubbelonderzoek	42
7	Methode	43
7.1	Instrumenten	43
7.1.1	Introductievragen	43
7.1.2	Waarneming en attitude	44
7.1.3	Internet- en Google-gebruik	46
7.1.4	Sociodemografisch	47
7.2	Respondenten	48
7.3	Uitvoering en statistische tests	50
8	Resultaten en analyse	51
8.1	Internetgebruik	52
8.1.1	Resultaten internetgebruik	52
8.1.2	Resultaatanalyse internetgebruik	53
8.2	Waarneming en attitude van Duitsers en Nederlanders	54
8.2.1	Resultaten waarneming filterbubbel	54
8.2.2	Resultaten samenhang internet-, apparaat- en Google- gebruik op waarneming	55
8.2.3	Resultaten attitude filterbubbel	59
8.2.4	Resultaten invloed internet-, apparaat- en Google- gebruik op attitude	60
8.2.5	Resultaten houding ten opzichte van dataopslag en dataprofiel	64

8.2.6	Resultaatanalyse verschillen tussen Duitsers en Nederlanders	66
8.3	Verschillen tussen generaties	71
8.3.1	Resultaten waarneming verschillende generaties	71
8.3.2	Resultaten attitude verschillende generaties	72
8.3.3	Resultaten beoordeling dataopslag en dataprofiel verschillende generaties.....	73
8.3.4	Resultaatanalyse verschillen tussen generaties	76
8.4	Genderverschillen	78
8.4.1	Resultaten waarneming verschillende genders.....	79
8.4.2	Resultaten attitude verschillende genders	80
8.4.3	Resultaten beoordeling dataopslag en dataprofiel verschillende genders	81
8.4.4	Resultaatanalyse verschillen in waarneming en attitude tussen genders	83
8.5	Verschillen tussen opleidingsniveaus	85
8.5.1	Resultaten waarneming verschillende opleidingsniveaus	85
8.5.2	Resultaten attitude verschillende opleidingsniveaus	86
8.5.3	Resultaten beoordeling dataopslag en dataprofiel verschillende opleidingsniveaus.....	87
8.5.4	Resultaatanalyse verschillen tussen opleidingsniveaus	90
9	Conclusie.....	93
9.1	Internetgebruik.....	93
9.2	Waarneming	94
9.3	Attitude	95
9.4	Houding ten opzichte van dataopslag en dataprofielen.....	95
9.5	Verschillen tussen generaties	96
9.6	Verschillen tussen genders.....	97
9.7	Verschillen tussen opleidingsniveaus	98
9.8	Beantwoording hoofdvraag	99
10	Discussie en suggesties voor vervolgonderzoek	102
10.1	Vragenlijst.....	102
10.1.1	Twee talen.....	102

10.1.2	Twee culturen	103
10.1.3	Constructvaliditeit	103
10.1.4	Populatievaliditeit.....	105
10.1.5	Mogelijkheden statistische toetsing.....	105
10.2	Onderzoeken van culturele verschillen	106
10.2.1	Cultuur in voorgaande onderzoeken.....	106
10.2.2	Ecologische validiteit.....	106
10.2.3	Globalisering	107
10.3	Storende factoren	107
10.4	Suggesties voor vervolgonderzoek	108
10.4.1	Algemene suggesties vervolgonderzoek.....	108
10.4.2	Dataverzameling bij vragenlijstonderzoek	108
10.4.3	Populatie	109
10.5	Toekomstbeeld	110
11	Concluderende samenvatting.....	112
11.1	Onderzoeksopzet.....	112
11.2	Resultaten.....	113
11.2.1	Verschillen tussen Duitsers en Nederlanders	113
11.2.2	Andere cultuurverschillen	114
11.3	Slotopmerking.....	116
12	Duitse samenvatting.....	119
12.1	Einleitung	119
12.2	Sozialwissenschaftliche Filterblasenforschung.....	120
12.3	Zielsetzung	121
12.4	Literaturanalyse.....	122
12.4.1	Bewusstsein für Datensammlung und Online- Personalisierung.....	122
12.4.2	Filterblase und Kultur	123
12.4.3	Kulturelle Unterschiede Deutschland-Niederlande.....	123
12.5	Methode	125
12.6	Ergebnisse.....	125
12.6.1	Unterschiede zwischen Deutschen und Niederländer*innen.....	125

12.6.2	Andere kulturelle Unterschiede.....	128
12.7	Schlussfolgerung und Diskussion.....	129
13	Literatuur.....	132
14	Bijlagen.....	137
14.1	Bijlage 1: Nederlandstalige vragenlijst.....	137
14.2	Bijlage 2: Duitstalige vragenlijst.....	139