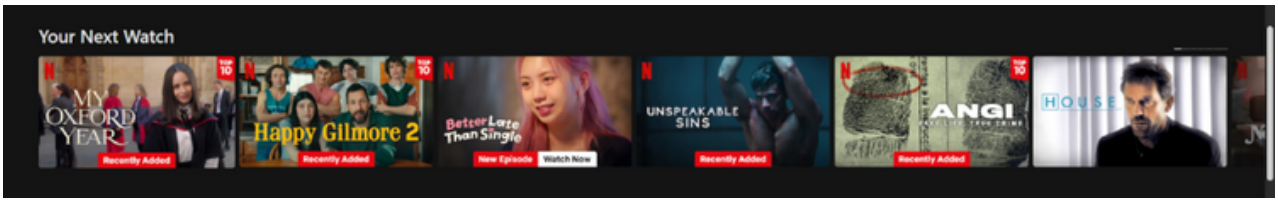
M3. Personalizarea experienței și a conținutului online

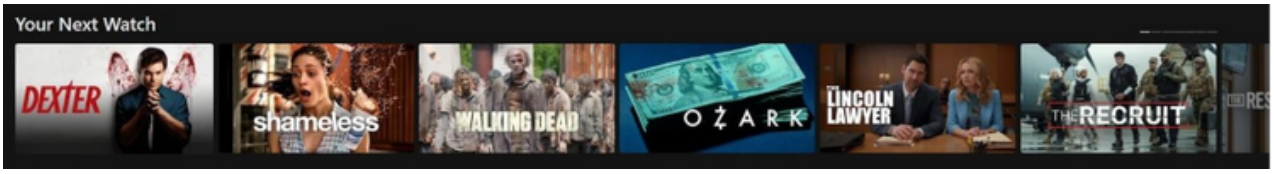
Fiecare click, fiecare achiziție, fiecare conversație sau căutare, lasă o urmă (vezi fișa amprentă digitală). Platformele online pe care navigăm colectează și analizează toate aceste comportamente ca să ne **personalizeze experiența folosind algoritmi de recomandare, adică decid ce informații ajung la noi. Procesul de personalizare nu se limitează doar la reclame, ci influențează toate interacțiunile utilizatorului cu conținutul online.**

Cum funcționează algoritmii de recomandare?

Algoritmii de recomandare reprezintă niște **sisteme automate** care analizează ceea ce fac utilizatorii online și **decid** ce conținut le este afișat, în ce ordine, cât de des și sub ce formă, pe baza **comportamentului lor anterior.** Sigur ai auzit de cookie-uri, spre exemplu. De fiecare dată când intri pe un site, acesta te întreabă dacă/cu ce cookie-uri ești de acord. Ele urmăresc activitatea atunci când navigăm pe internet și permit platformelor online să ne recunoască și să personalizeze conținutul și reclamele pe baza preferințelor sau a comportamentului de navigare anterior.

Exemplu: Netflix personalizează recomandările de filme și seriale pe baza istoricului de vizionare și a interacțiunilor utilizatorului cu conținutul. Iată diferența în secțiunea de recomandări a doi utilizatori diferiți:





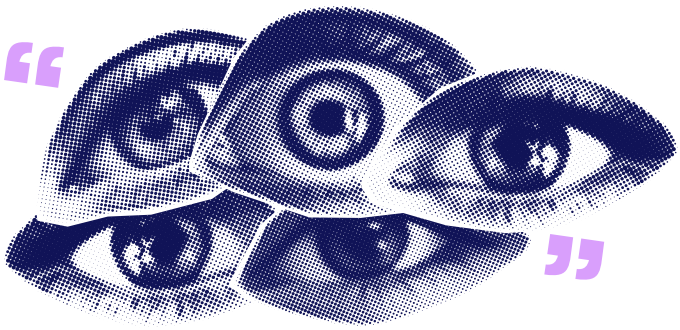
© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)

M3. Personalizarea experienței și a conținutului online

De ce ne personalizează experiența platformele online?

Companiile care dețin platforme online **fac profit prin vânzarea de spațiu publicitar persoanelor, companiilor sau organizațiilor care doresc să-și facă cunoscute produsele, serviciile, ideile cu prioritate utilizatorilor cu un profil relevant.** Cu cât platformele online ne cunosc mai bine, cu atât ne pot oferi o experiență online mai personalizată, care să **ne țină cât mai mult prezenți** pentru a fi expuși cât mai mult la reclame.

Ca ființe sociale simțim să petrecem timp acolo unde ne este bine. Dacă experiența online ar fi una care să nu ne placă, nu am mai face asta. **Prin urmare, dacă avem o experiență bună, personalizată, vom petrece mai mult timp online.** Cu cât stâm mai mult online, cu atât mai multe date sunt colectate despre noi, ceea ce permite platformelor să facă predicții cu tot mai mare acuratețe despre conținutul sau stimulii la care vom reacționa.



Astfel, deși utilizarea serviciilor motoarelor de căutare sau ale unora dintre rețelele sociale nu presupune un cost financiar pentru utilizatorul individual, acestea **NU SUNT GRATUITE. Plătim cu atenția și cu accesul la datele noastre.**

Resursă realizată în cadrul Programului de Educație Media demarat de CJI în parteneriat cu Romanian-American Foundation și susținut prin proiectul BROD* și prin proiectul „Digital literacy transformation for Romanian Youth", proiect finanțat de Fondation Botnar, coordonat de CJI și implementat în parteneriat cu Ashoka România, E-Civis, EDUMI, Funky Citizens și Grupul PONT.

***Proiectul BROD (Bulgarian-Romanian Observatory of Digital Media) este finanțat prin Programul Europa Digitală al Uniunii Europene, sub contractul nr. 101226153.**

© 2026, Centrul pentru Jurnalism Independent (România)