

De mogelijkheden van mediagebruik en de risico's voor de lichamelijke en mentale gezondheid.

1.1 Sociale media?

We gebruiken allemaal tegenwoordig wel sociale media. Zijn we ons bewust over de tijd die we spenderen op sociale media?

1) Welke soorten sociale media gebruik je?

2) Welke sociale media vind je het leukste, waarom?

3) Denk je dat dat je verslaafd bent aan sociale media?

1.2 Bekijk de video en los de volgende vragen op.

4) Wie zit er het meeste op sociale media?

5) Wat is het gevolg van te veel sociale media?

7) Hoeveel procent van de jongeren gaven in 2015 toe verslaafd te zijn?

8) Hoeveel procent zijn er momenteel verslaafd?

9) Waarom gaan jongeren vaak op sociale media?

10) Waarom is het belangrijk voor influencers om veel volgers te hebben?

11) Wat is het gevaar voor jongeren op Instagram?

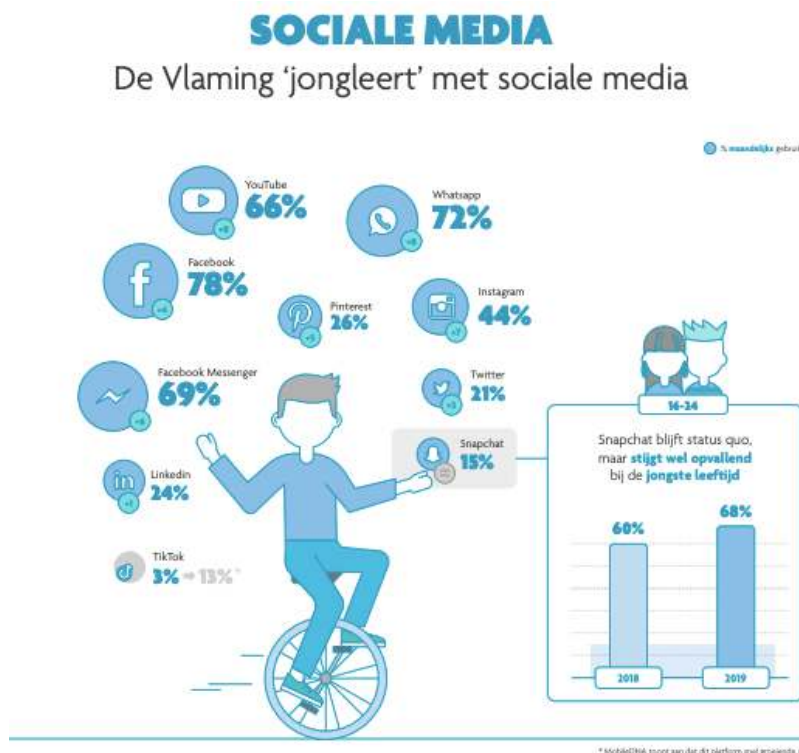
12) Welke impact kan sociale media hebben op de influencers

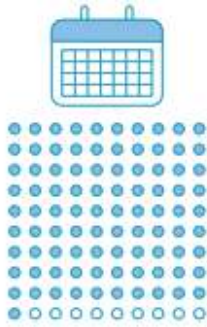
13) Hoe kan je vermijden om verslaafd te worden?

1.3 Het sociale mediagebruik in Vlaanderen

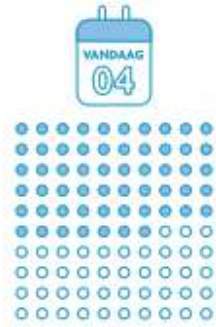
In dit gedeelte gaan wij werken rond: hoe ziet het sociale mediagebruik in Vlaanderen er uit? Zo goed als alle Vlamingen bezitten ‘connected’ toestellen, en zijn in toenemende mate ook verbonden via sociale media. Het aantal Vlamingen dat actief is op sociale media (minstens één keer gebruikt in de afgelopen maand) stijgt in 2019 van 87% naar 91%. En net zoals de Vlaming zich op het vlak van toestellen als multiscreen laat typeren, kenmerkt hij/zij zich op vlak van sociale media en chatdiensten meer en meer als multiplatform.

Bekijk de volgende afbeeldingen en antwoord op de volgende vragen.





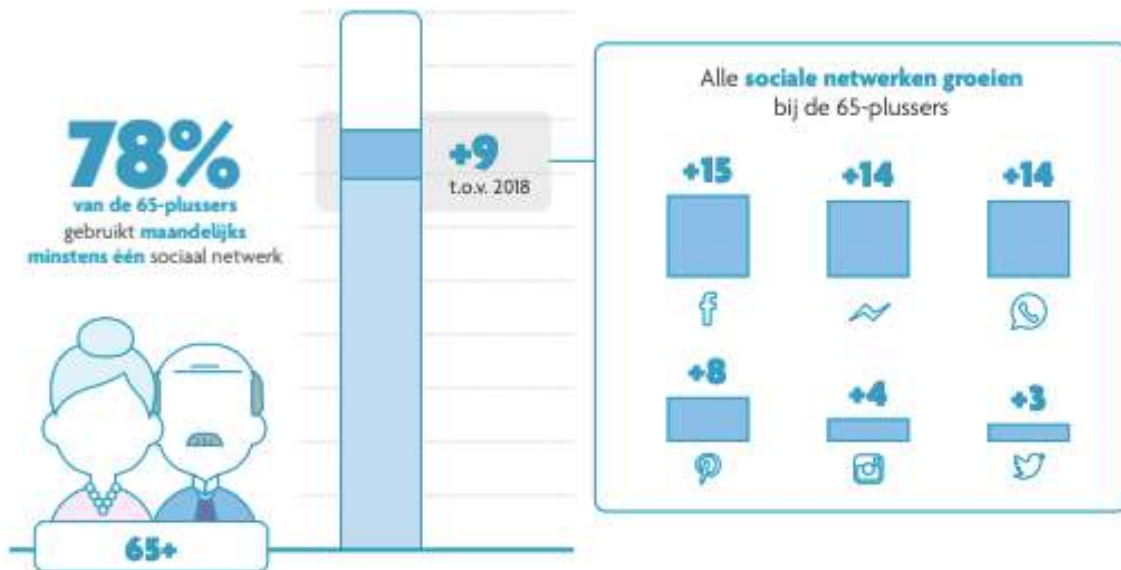
91%
gebruikt maandelijks
minstens één sociaal netwerk.



57%
gebruikt dagelijks
minstens vier sociale netwerken.

Sociale media groeit sterk

Mede dankzij de oudere leeftijdscategorieën die sterk stijgen



De stijging in het aantal actieve gebruikers van sociale media en chatdiensten vertaalt zich immers ook in de diverse platformen die we vorig jaar de Big Five noemden: Facebook (78%, +4 procentpunten), Whatsapp (72%, +8 procentpunten), Facebook Messenger (69%, +5 procentpunten), YouTube (66%, +8 procentpunten), Instagram (44%, +7 procentpunten). 79% van de Vlamingen gebruiken dagelijks een app in het bezit van het bedrijf Facebook (Instagram, Facebook (Messenger) en WhatsApp). Maar we zien ook bij de ‘kleinere platformen’ een aantal sterke stijgers op vlak van maandelijks gebruik: Pinterest (26%, +5 procentpunten), Twitter (21%, +3 procentpunten), Snapchat (15%) en nieuwkomer TikTok als rijzende ster aan het sociale mediafirmament. TikTok kondigt zich aan als nieuwe speler (3%), met meteen 11% van de 16-24 jarigen die het medium gebruiken. Ook de hernieuwde focus van Snapchat op deze leeftijdsgroep lijkt zijn vruchten af te werpen (48%, +9 procentpunten). In tegenstelling tot deze platformen met een heel duidelijke leeftijdsfocus, zijn Whatsapp en Instagram platformen waarbij de groei zich over alle leeftijden manifesteert.

Een groot aandeel van deze stijging is te danken aan de oudere leeftijdscategorieën. De adoptie van de smartphone blijkt bij hen vaak onmiddellijk samen te gaan met het gebruiken van sociale media. 78% van de 65-plussers is maandelijks actief op minstens één sociaal medium (+9 procentpunten). Veel platformen zijn dus in opmars, en dat vertaalt zich in het gebruik, onder andere op vlak van diversiteit. De Vlaming jongleert alsmaar meer met deze platformen en 57% van de Vlamingen gebruikt er dagelijks vier of meer. Een stijging in diversiteit dus, maar in tweede instantie ook in intensiteit. Dit sociale mediagebruik is immers ook de motor achter het steeds intensievere gebruik van onze smartphone. We gaven eerder reeds aan steeds meer tijd aan onze smartphone te spenderen. Over alle Vlamingen heen gaat 33% van die tijd (49 minuten) naar sociale media en chatdiensten. Bij 16 tot 24-jarigen is dit gemiddeld meer dan 76 minuten per dag. Als we dieper kijken naar de tijd die men spendeert op verschillende platformen, valt op dat Facebook relatief aan belang lijkt te verliezen bij de 16 tot 44-jarigen. Dit gaat niet op voor Facebook als bedrijf, aangezien Instagram en Whatsapp stijgen over alle leeftijdscategorieën. Van de 49 minuten die we dagelijks aan sociale media spenderen op onze smartphone, gaan er 33 minuten naar de vier apps van het bedrijf Facebook (22%).

1) Noem 5 sociale media die het meest gebruikt wordt?

2) Hoeveel procent van de Vlamingen gebruikt er dagelijks een app die in het bezit is van het bedrijf Facebook?

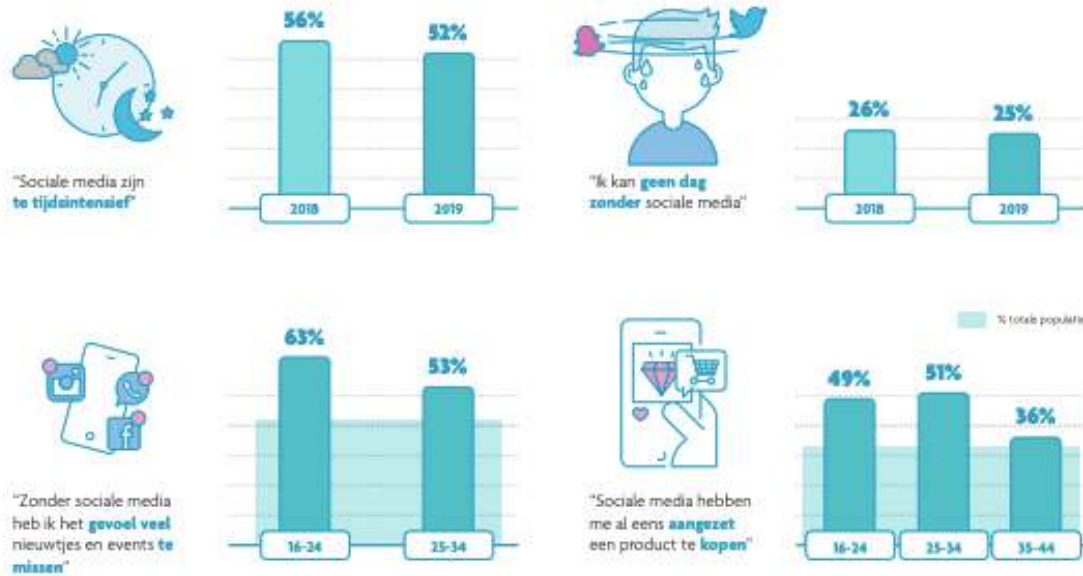
3) Welke nieuwe sociale media wordt er meest gebruikt bij de 16-24 jarigen?

4) Leg uit hoe het komt dat sociale media zo fel gegroeid is?

1.4 Gevolg van het sociale mediagebruik

Bekijk de volgende afbeeldingen en antwoord op de volgende vragen.

De Vlaming worstelt met zijn sociale mediagebruik



ATTITUDE OVER SOCIALE MEDIA - EVOLUTIE

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Total
Ik ben bezorgd over de impact van sociale media op mijn privacy	2017	50%	47%	53%	56%	67%	55%	55%
	2018	53%	56%	57%	55%	59%	58%	56%
	2019	50%	56%	57%	59%	64%	30%	51%
Sociale media zijn te tijdsintensief	2017	58%	45%	37%	27%	20%	13%	34%
	2018	53%	58%	61%	58%	56%	52%	56%
	2019	47%	56%	61%	54%	53%	47%	52%
Ik kan geen dag zonder sociale media	2017	26%	27%	24%	23%	17%	21%	23%
	2018	34%	30%	28%	23%	17%	23%	26%
	2019	31%	32%	22%	24%	19%	23%	25%
Sociale media geven me een gevoel van verbondenheid	2018	39%	42%	39%	32%	26%	31%	35%
	2019	44%	43%	33%	31%	27%	25%	33%
Zonder sociale media heb ik het gevoel veel nieuwtjes en evenementen te missen	2019	63%	53%	45%	38%	35%	31%	42%
Sociale media zijn moeilijk te gebruiken	2019	7%	5%	5%	8%	9%	11%	8%
Ik weet hoe sociale mediabedrijven ervoor zorgen dat ze geld verdienen	2019	51%	64%	61%	58%	50%	38%	52%
Het is oké om erotische foto's van jezelf door te sturen via messaging diensten zoals WhatsApp	2019	17%	20%	10%	5%	5%	2%	9%
Wanneer mijn status of foto veel likes haalt, voel ik me goed	2019	53%	48%	38%	28%	19%	15%	32%
Wanneer een foto of status niet veel likes haalt had ik hem beter niet gepost	2019	20%	14%	10%	7%	7%	7%	11%
Sociale media hebben me al eens aangezet een product te kopen (bv. via een influencer, een advertentie op sociale media, een bericht van een bedrijf, ...)	2019	49%	51%	36%	28%	22%	20%	33%
Ik wil een product leren kennen als een influencer het aanraadt	2019	26%	21%	18%	17%	15%	9%	20%
Influencers zeggen duidelijk wanneer ze een product gratis hebben gekregen	2019	26%	21%	18%	17%	15%	9%	20%

1) Is sociale media gebruik slecht voor ons, leg uit?

3) Is sociale media gebruik goed voor ons, leg uit?

Om de gevolgen van sociale media te weten is het de bedoeling dat jullie zelf op onderzoek gaan. De bedoeling is dat jullie verschillende bronnen bestuderen en antwoorden op de verschillende richtvragen. Hierna is het belangrijk om de antwoorden in een verslag te zetten in Word. Jullie worden beoordeeld op de kwaliteit van jullie tekst en ICT-vaardigheden.

Richtvragen

- voor en nadelen van het mediagebruik;
- waarom is het zo aantrekkelijk?
- waar kijken de jongeren naar?
- verschil tussen nu en vroeger;
- cyberpesten,
- wat te doen met cyberpesten;
- sexting → waarom doen jongeren aan sexting?
- eigen conclusie.

Bronnen die je moet gebruiken

<https://www.expoo.be/risicos-van-mediagebruik>

<https://mediawijs.be/dossiers/dossier-digitale-balans/digitale-balans-vroeger-en-nu>

<https://www.klasse.be/217173/cyberpesten-6-vormen/>

<https://sextingopschool.mediawijs.be/dossiers/dossier-liefde-internet/waarom-doen-jongeren-sexting>

De leerlingen dienen rekening te houden met bepaalde zaken.

Lettertype: Verdana 12p

Titels Verdana 16p Vet in het rood

Tussentitels Verdana 14 cursief

De Titel is gecentreerd

Opsomming gebruiken

Tussentitels links uitlijnen

Indien de leerlingen klaar zijn moeten ze hun werk opslag volgens Achternaam_Voornaam_ op smartsschool in mijn documenten.

2. Bibliografie

(2020, 14). Opgehaald van imec: <https://www.imec.be/nl/expertises/techtrends/imec-digimeter/digimeter-2019/sociale-media>

(2020, 12 14). Opgehaald van youtube:

https://www.youtube.com/watch?v=SGwtRj93BgI&ab_channel=DeTelegraaf

(imec, 2020)