

Rapport

Shut Your Facebook 2.0

Educatief pakket
secundair onderwijs

Colofon

Shut Your Facebook 2.0

auteur(s): Patrick Blomme, Laure Van Hoecke, Sanne Hermans

© 2015

Een publicatie van Mediawijs.be.

Pleinlaan 9, 1050 Brussel

mediawijs@iminds.be

www.mediawijs.be

Voorwoord

Sociale media & jongeren

Sociale media en het sociale medialandschap zijn voortdurend in beweging.

Wie had er vroeger Netlog of MSN Messenger inclusief de obligate, maar gênante nickname? Ondertussen zijn we enkele jaren verder en zijn Netlog én MSN Messenger zelfs helemaal offline gehaald. Dé grote spelers op het sociale medialandschap zijn op dit moment Facebook, Twitter, YouTube, Instagram... Of dit binnen enkele jaren nog steeds het geval is valt echter af te wachten en is moeilijk te voorspellen.

Jongeren zijn vandaag meer dan ooit actief op sociale media en velen zijn er elke dag mee bezig. Sociale media bepalen de manier van communiceren bij jongeren en hoe ze zich presenteren. Sociale media platformen bieden de mogelijkheid om met bestaande offline contacten te communiceren, zoals familieleden, klasgenoten en vrienden uit de jeugdbeweging of sportclub. Daarnaast worden sociale media ook gebruikt om nieuwe contacten te leggen en hun netwerk uit te breiden.

Het is bijgevolg belangrijk dat jongeren goed leren omgaan met de mogelijkheden, maar ook met de risico's van sociale media.

Inhoud

Voorwoord	3
Inleiding	5
Doelstellingen	5
Voor wie is dit pakket gemaakt?	6
Doelgroep	6
Eindtermen	6
Praktisch	7
Deel 1: Het sociale medialandschap (20')	8
Deel 2: Mediagebruik bij jongeren (30')	12
Mediabezit	14
Mediaconsumptie	16
Sociale Media	18
Apps	20
Sociale Media Op School	21
Deel 3: Online Identiteit (30')	24
Deel 4: Netiquette (20')	28
Deel 5: Online privacy (40')	33
Twitter – Instagram – Snapchat	34
Facebook: privacy	36
Facebook: tijdlijn en taggen	42
Facebook: Apps & Games	47
Een veilig wachtwoord	51
Bronnen	54
Bijlage	55
Socrative - Shut Your Facebook - Mediagebruik bij jongeren	55

Inleiding

Dit pakket sluit aan bij 'Shut Your Facebook', een humoristische show van Bert Gabriëls voor leerlingen van de tweede en derde graad, over de voordelen en risico's van sociale media. De show toont een aantal actuele voorbeelden van hoe het mis kan gaan (pestfilmpjes, gênante foto's, berichtjes die niet voor publicatie bedoeld waren...) en biedt ook tips om je tegen die risico's te beschermen. De show behandelt onder andere Facebook, Twitter, Snapchat en Instagram en gaat in op privacy bescherming, profilering en online pesten. In het kader van de vakoverschrijdende eindtermen inzake mediawijsheid, maar ook communicatief vermogen, flexibiliteit, kritisch denken en zelfbeeld is er dit lespakket als een uitbreiding en aanvulling bij de comedyshow.



Doelstellingen

Via dit lespakket willen we

- van de leerlingen WAKkere mediagebruikers maken: Weerbaar, Alert & Kritisch.
- de leerlingen duidelijk maken dat dé sociale media niet bestaan. Een genuanceerde blik op sociale media is belangrijk.
- de leerlingen bewust maken van de blijvende evolutie in het sociale medialandschap. Wie up to date wil blijven moet dus inzien dat levenslang leren ook op het vlak van sociale media van toepassing is. Dit kan dan zowel over verschillende platformen gaan, maar ook over de evoluties en updates die elke platform ondergaat.

Voor wie is dit pakket gemaakt?

Doelgroep

Met dit pakket willen we vooral de leerlingen van de 2de graad ASO, BSO, KSO en TSO bereiken. Mits de nodige sturing en omkadering zijn alle opdrachten haalbaar en uitdagend genoeg voor alle onderwijsniveaus.

Eindtermen

Vakoverschrijdende eindtermen zijn minimumdoelen met betrekking tot kennis, inzicht, vaardigheden en attitudes die niet specifiek behoren tot een vakgebied, maar onder meer door middel van diverse vakken, onderwijsprojecten en andere activiteiten worden nagestreefd. In de vakoverschrijdende eindtermen legt de overheid voor scholen een aantal opdrachten vast die ze voor onderwijs en samenleving belangrijk vindt.

Van de vakoverschrijdende eindtermen werken we rond onderstaande in het kader van dit lespakket:

1. Communicatief Vermogen: Brengen belangrijke elementen van communicatief handelen in praktijk
2. Flexibiliteit: Zijn bereid zich aan te passen aan wisselende eisen en omstandigheden
3. Kritisch denken: zijn bekwaam om alternatieven af te wegen en een bewuste keuze te maken
4. Mediawijsheid: gaan alert om met media
5. Zelfbeeld: ontwikkelen een eigen identiteit als authentiek individu, behorend tot verschillende groepen

Wanneer we naar de verschillende contexten kijken kunnen we daar tevens verschillende vakoverschrijdende eindtermen uit filteren.

- Context 1: Lichamelijke gezondheid en veiligheid
 - 3. vinden van evenwicht tussen werk, ontspanning, rust en beweging;
 - 15. beseffen dat maatschappelijke fenomenen een impact hebben op veiligheid en gezondheid;
- Context 2: Mentale gezondheid
 - 3. erkennen probleemsituaties en vragen, accepteren en bieden hulp
 - 6. stellen zich weerbaar op
 - 7. gebruiken beeld, muziek, beweging, drama of media om zichzelf uit te drukken
- Context 3: Socio-emotionele ontwikkeling
 - 2. erkennen het bestaan van gezagsverhoudingen en het belang van gelijkwaardigheid, afspraken en regels in relaties
 - 3. accepteren verschillen en hechten belang aan respect en zorgzaamheid binnen een relatie
 - 5. handelen discreet in situaties die dat vereisen
 - 6. doorprikken vooroordelen, stereotypering, ongepaste beïnvloeding en machtsmisbruik
- Context 7: Socioculturele samenleving

- 1. beschrijven de dynamiek in leef- en omgangsgewoonten, opinies, waarden en normen in eigen en andere sociale en culturele groepen
- 2. gaan constructief om met verschillen tussen mensen en levensopvattingen

Meer info:

<http://www.ond.vlaanderen.be/curriculum/secundair-onderwijs/vakoverschrijdend/>

Praktisch

Dit lespakket kan op verschillende manieren gegeven worden afhankelijk van de organisatie, tijd en infrastructuur:

- Mediawijs.be ontwikkelde dit lespakket in het kader van de comedyshow 'Shut Your Facebook 2.0' van Bert Gabriëls. Het lespakket kan onafhankelijk ingezet worden, maar we kunnen het boeken van de show enkel aanraden. In de show confronteert Bert Gabriëls de jongeren op een laagdrempelige en ludieke manier met hun online gedrag. Bij het boeken van de show verwerk je het pakket bij voorkeur nadien.
- Het pakket is opgebouwd in vijf hoofdstukken. De verschillende hoofdstukken behandelen volgende thema's: Het sociale medialandschap, Mediagebruik bij jongeren, Online Identiteit, Online privacy en netiquette.
- Per hoofdstuk werken we met een vaste structuur en wordt er voldoende achtergrondinformatie aangeboden. Hierbij wordt ook verwezen naar enkele fragmenten uit de show van Bert Gabriëls. **Je kan deze fragmenten op Mediawijs.be bekijken in de mediadatabank.**
- Mediawijs.be raadt aan om het lespakket in zijn totaliteit te verwerken. Dit is echter geen vereiste en het is perfect mogelijk om hoofdstukken uit het pakket te filteren. Wil je graag het pakket in Word? Stuur dan een mailtje naar mediawijs@iminds.be.
- Bij het geven van het volledige pakket moet je rekenen op 4 lestijden. Deze lestijden hoeven niet in een blok gegeven te worden.
- Het is aangeraden om over een computer per leerling te beschikken.

Deel 1: Het sociale medialandschap (20')



<http://mediawijs.be/mediabank/shut-your-facebook-20-het-sociale-medialandschap>



Stellingen: Sociale media

Benodigheden: Rode en groene kaartjes of digitaal device per leerling, draadloze internetverbinding, quiz aangemaakt via kahoot

Via verschillende stellingen doorheen de lessen zet je de leerlingen aan tot nadenken over bepaalde zaken en clichés. Kloppen deze of juist niet? Waarom denken we daar zo over? Aan de hand van rode en groene kaartjes geven de leerlingen aan of ze hiermee akkoord gaan of niet. We laten nadien ook ruimte voor discussie.

Een andere mogelijke werkvorm is het werken met kahoot. Via de tool 'kahoot' kan je op een heel eenvoudige manier online quizen opzetten. Het voordeel van deze manier van werken is dat de leerlingen anoniem stemmen alvorens de klasdiscussie start. Als leerkracht heb je ook zicht op wat welke leerlingen gestemd hebben.

Belangrijk: voor het gebruik van deze tool heb je een digitaal device nodig per leerling, bijvoorbeeld een laptop, tablet of smartphone. Indien dit toegestaan is in de school kan je leerlingen ook hun eigen smartphone laten gebruiken. Je hebt hiernaast ook een draadloze netwerkverbinding nodig.

Maak zelf een kahoot aan via <https://getkahoot.com/>

Plaats onderstaande stellingen in een quizformaat. Je kan de tijdsperiode aanpassen waarbinnen de leerlingen moeten antwoorden.

Vraag aan de leerlingen om hun eigen naam als 'nickname' te gebruiken.

1. Sociale media zijn een voorbijgaand fenomeen.
2. Sociale media zijn belangrijk om te kunnen functioneren in de huidige samenleving.
3. Sociale media leiden tot meer eenzaamheid.
4. Sociale media versnipperen de aandacht.
5. Sociale media zijn tijdrovend en verslavend.



Tips

1. Stelling 1+2: In de huidige kennismaatschappij is sociale media volledig geïntegreerd. Het is belangrijk om dit te beseffen. Je mag je niet vastpinnen op bepaalde tools die nu erg in zijn, maar je flexibel opstellen en open staan voor nieuwe zaken. Functionaliteit zal in functie van studie en werk steeds belangrijker worden.
2. Stelling 3+4: De online verbondenheid was nooit zo groot. Probeer echter een goed evenwicht te vinden tussen je online en offline leven. Wanneer je je moet concentreren probeer je smartphone en/of sociale media kanalen even te 'bevriezen'. Een goede manier daarvoor is: berichtgeving uitschakelen, geluid uit en smartphone met het scherm naar beneden leggen of buiten handbereik.
3. Stelling 5: Het klopt inderdaad dat het beheer van een sociale media platform tijd vraagt. Op hoe meer platformen je aanwezig bent hoe meer tijd dit vraagt. Het komt er vooral op neer voor jezelf keuzes te maken in wat je leuk en relevant vindt voor jezelf. Probeer steeds een goed evenwicht te vinden tussen je online en offline tijdsbesteding en vermijd vooral om je offline contacten uit het oog te verliezen.



Opdracht: Sociale media platformen

Je overloopt een aantal van de bekendste sociale netwerken en kijkt of die gekend zijn door de leerlingen: Wie gebruikt ze? Wat zijn de mogelijkheden en toepassingen? We bekijken ook de oprichtingsjaren van de platformen om vast te stellen dat dit een zeer recente evolutie is.

Tot slot bekijk je samen met de leerlingen een overzicht van het sociale media landschap aan de hand van het overzicht van het sociale medialandschap dat de Franse internetpionier Frederic Cavazza jaarlijks publiceert op zijn website. Welke platformen kennen ze nog?

<http://www.fredcavazza.net/2014/05/22/social-media-landscape-2014/> (let op: Engelstalige website!).

Extra

Als extra kan je ook het filmpje van Eric Qualman bekijken:

(<https://www.youtube.com/watch?v=jottDMuLesU&feature=youtu.be&hd=1>). Eric Qualman geeft elk jaar een stand van zaken van de sociale media via dit soort filmpjes. Wat vinden de leerlingen van deze cijfers? Van welke cijfers zijn ze geschrokken? Welke cijfers hadden ze correct ingeschat? Je kan de leerlingen de cijfers uit het filmpje van 2015 ook laten vergelijken met cijfers uit de voorbije jaren.



Tips

- Denk bij het gebruik van media steeds goed na over wat voor jou het meest aansluit bij wat jij wil. Elke platform heeft zijn eigen focus en zo ook de toestellen die je gebruikt om media te consumeren. Maak voor jezelf steeds een doordachte analyse waarbij je rekening houdt met het doel, voor je een beslissing neemt.
- Als je post doe dit dan in functie van het platform waar je op post. Elk platform heeft zijn eigen insteek en manier van communiceren. Op Facebook kan het wat losser, op twitter to the point en op LinkedIn meer zakelijk. Doe dus niet aan 'crossposting' door overal hetzelfde te plaatsen, maar pas de zaken qua inhoud en toon aan naar het platform. Als je met hashtags werkt doe dit dan zeer gericht.
- Experimenteer af en toe met nieuwe platformen. Beslis van daaruit of je dit platform nuttig vindt of niet.

Achtergrondinformatie

De platformen die we bespreken:

LinkedIn: sociaal netwerk dat gericht is op het beheren van een zakelijk netwerk. Via het platform kan je mensen binnen je interesse- en/of vakgebied volgen, interessante groepen of bedrijven volgen, vacatures vinden en solliciteren. Je persoonlijke profiel is opgevat als een CV. LinkedIn is opgericht in 2002.

Facebook: Het meest gebruikte sociale netwerk wereldwijd. Je kan je persoonlijk profiel aanmaken (met info, foto's,...), vrienden toevoegen, berichten ontvangen en versturen, chatten, statussen plaatsen, foto's video's, links posten/delen, notificaties krijgen, lid worden van groepen, pagina's leuk vinden. Je kan je vrienden ook in lijsten categoriseren zoals 'beste vrienden', 'kennissen', 'familie', enzoverder. Facebook werd opgericht in 2004.

Youtube: Videostreamingdienst. Als gebruiker kan je filmpjes bekijken. Wanneer je een account (= kanaal) hebt kan je ook video's publiceren. Voorwaarde daarbij is wel dat je je auteursrecht afstaat. Daarnaast kan je als gebruiker met een kanaal afspeellijsten maken, video's liken of disliken, commentaar geven op video's, afspeellijsten maken en andere kanalen volgen. Youtube is opgericht in 2005. Sinds 2006 is de website eigendom van Google.

Twitter: Sociaal netwerk waarmee je korte berichtjes, tweets, van 140 tekens kan publiceren. Er kan op gereageerd worden en je kan gebruikers volgen en gevolgd worden. Twitter wordt ook wel een microblog genoemd door de combinatie van bloggen met een berichtendienst. In een tweet kan je naast tekst ook nog afbeeldingen, video's en weblinks invoegen. Twitter is tevens **een pionier wat het gebruik van hashtags betreft (#)**. Het werd opgericht in 2006.

Whatsapp: Een berichtendienst waarmee je kan chatten en foto's, video's en audioberichten naar elkaar kan sturen. Whatsapp werd opgericht in 2009 en in 2014 **overgenomen door Facebook** voor 19 miljard dollar.

Instagram: Mobiele app waarmee je foto's en video's kan uitwisselen via mobiele apparaten. De beelden hebben **een vierkant formaat en kunnen via filters aangepast worden**. Je deelt deze via Instagram zelf, of via gekoppelde accounts op onder andere Twitter en Facebook. Je kan gebruikers volgen en gevolgd worden om op die manier in interactie te treden door middel van comments en likes op elkaars foto's en video's. Instagram werd opgericht in 2010 en in 2012 overgenomen als volledig bedrijf (dus inclusief personeel) door Facebook voor 1 miljard dollar met de voorwaarde dat het bedrijf een zelfstandige koers kon blijven varen.

Snapchat: Mobiele app voor het delen van foto's en video's via mobiele apparaten. Er is een ook een chatfunctie in verwerkt. Het bijzondere aan Snapchat is dat de doorgezonden data slechts tijdelijk beschikbaar zijn bij de ontvangers. Bij foto's en video's kan dit gaan van 1 tot 10 seconden en indien in verhaal gezet blijft het 24 uur zichtbaar. De tekstberichten verdwijnen na het lezen, tenzij deze door de ontvanger 'vastgezet' en bijgevolg bewaard worden. Bij het nemen van screenshots krijgt de afzender daarvan steeds een melding. **Er zijn ondertussen echter reeds apps die dit weten te omzeilen**. Snapchat werd opgericht in 2011. Het bedrijf weigerde in 2013 een overnamebod van zowel Facebook als Google.

Vine: Vine is een mobiele app van Twitter waarmee je video's van 6 seconden kan opnemen, in een loop afspelen en delen via de app zelf, Twitter of Facebook. De app wordt door Instagram als een concurrent gezien want kort nadat Vine op de markt kwam begon Instagram met het aanbieden van video's en sinds kort spelen de Instagramvideo's ook in een loop. Vine werd in 2013 op de markt gebracht.

Sociale media landschap: In het sociale media landschap van Cavazza (2014) staan veel platformen tussen die gekend zijn, maar ook veel die we nog nooit gezien of gehoord hebben. Zo is **RenRen** een populair netwerk in China, maar heeft het in Europa totaal geen draagvlak. Het succes van een platform is dus eigenlijk vooral afhankelijk van wat je vrienden en kennissen in het echte leven doen.

We verwijzen ook graag naar hoofdstuk 1 Jongeren en sociale netwerksite: Waarom klikt het uit het boek 'Mediawijs Online – Jongeren en sociale media' van Michel Walrave en Joris Van Ouytsel. Mediawijs.be heeft deze tips en adviezen gebundeld in hapklare fiches. Als leerkracht kan je met deze fiches makkelijk aan de slag.

Belangrijk: overnames door grote spelers zoals google en facebook!



Zelfevaluatie leerlingen

De leerlingen hebben inzicht in de kenmerken en breedheid sociale medialandschap en kunnen voor zichzelf keuzes maken in gebruik van en nood aan bepaalde platformen. Ze beseffen bovendien dat elke platform zijn eigen manier van communiceren heeft.

Deel 2: Mediagebruik bij jongeren (30')



<http://mediawijs.be/mediabank/shut-your-facebook-20-mediagebruik-bij-jongeren>



Opdracht: mediagebruik bij jongeren

Benodigheden: Smartphone met (mobiel) internet of computer met internet, Socrative

Aan de hand van de resultaten van het onderzoek Apestaartjaren 5 uit 2014 haal je enkele relevante cijfers aan. Uitgangspunt is om even stil te staan bij hoe digitaal jongeren eigenlijk zijn. Je vraagt eerst aan de leerlingen zelf om even na te denken over hun mediagebruik. Dit doe je aan de hand van de vragen die bij elk onderdeel opgegeven worden. Deze vragen zijn opgenomen in een Socrative zodat de leerlingen deze individueel kunnen beantwoorden. Nadien bespreken we deze vragen aan de hand van de resultaten en vergelijken ze met de grafieken uit het onderzoek.

De cijfers van jongeren worden hier besproken. Dit gaat om de leeftijdsgroep 12 tot en met 18 jaar en is de leeftijdsgroep waar de leerlingen middenin zitten.

Er worden enkele relevante cijfers aangehaald rond: Mediabezit, Mediaconsumptie, Sociale Media en Sociale media op school.

Bij het bespreken aan de hand van de onderzoekresultaten maak je steeds de link met de info die de leerlingen vooraf zelf gaven. Wat leeft in je klas kan eventueel verschillen met de cijfers van het Apestaartjarenonderzoek.



Hoe te werk gaan met Socrative?

Handleiding voor de leerkracht

Mediawijs.be stelde een vragenlijst op via Socrative.com. Deze kunnen we delen met behulp van het volgende SOC-nummer: **SOC-16618868**.

Je logt in met een eigen leerkrachtaccount op Socrative > klik naar 'Testen beheren' > klik op de knop 'Test importeren' > Voer het bovenstaande SOC-nummer en bevestig.

Je krijgt nu een melding dat de test is geïmporteerd.

Ga nu naar 'Dashboard' > klik op 'Een test beginnen' > klik op 'Kopie van Shut Your Facebook – Mediagebruik bij jongeren'

Als type test kies je 'Tempo bepaald door docent' > bij de extra instellingen zet je 'namen van studenten uitschakelen' en 'willekeurige volgorde van antwoorden' op NO, bij 'Feedback van studenten uitschakelen' kies je YES > klik op 'Starten'

Via 'Volgende' en 'Vorige' kan je tussen de vragen wisselen

Je kan per vraag steeds zien hoeveel van de ingelogde leerlingen reeds geantwoord hebben en op basis daarvan bepaal je om de antwoorden te projecteren via 'Hoe hebben wij gepresteerd?'. Bij de open vragen komen de antwoorden onmiddellijk online wanneer de student ze verstuurd.

De vragen voor deze Socrative zijn eveneens opgenomen in bijlage.

Handleiding voor de leerling

Ga naar socrative.com of download de app.

Ga naar de Student Login.

Voer de lokaalcode in die de leerkracht je geeft en geef je naam in.

Vanaf nu kan je aan de slag. De leerkracht bepaalt het tempo van de vragen. Vergeet na het beantwoorden niet te verzenden.

Mediabezit



Vraag Mediabezit

1. Welke mediatoestellen heb je thuis?
2. Zijn er van deze toestellen die exclusief voor eigen gebruik zijn?

MEDIABEZIT BIJ JONGEREN

	thuis aanwezig	alleen door mij gebruikt
TELEVISIE	99,5%	22,1%
LAPTOP	93,1%	53,9%
DESKTOP	75,7%	14,7%
GSM/SMARTPHONE	98,2%	86,0%
MOBIELE GAMECONSOLE	73,5%	43,2%
VASTE GAMECONSOLE	75,5%	31,0%
MP3-SPELER	82,3%	64,5%
TABLET	69,0%	26,8%
E-READER	8,7%	2,0%

Tabel: 'Welke van volgende toestellen heb je in huis of zijn thuis aanwezig?' + 'Zo zijn er één of meer die enkel door mij worden gebruikt.' (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

De huidige generatie jongeren groeit op in een erg mediarijke omgeving. Er is bijna overal televisie en ook de laptop is vrijwel overal aanwezig en klopt de desktop zelfs. We kunnen ook stellen dat er meer dan een computer per gezin aanwezig is in de meerderheid van de gevallen. Ook de tablet wint aan populariteit.

Van alle toestellen valt wel op dat het enkel de gsm/smartphone is die een jongeren exclusief voor zichzelf heeft. 12 jaar blijkt overigens nog steeds de scharnierleeftijd voor de aanschaf van een gsm/smartphone (41% naar 98%).

	In een gedeelte ruimte thuis	Op mijn slaapkamer	Buitenshuis
LAPTOP	76,3%	62,7%	16,9%
GSM/SMARTPHONE	79,4%	78,0%	68,0%
TABLET	88,3%	50,4%	27,1%
MOBIELE GAMECONSOLE	73,5%	53,6%	28,1%
MP3 SPELER	65,8%	73,9%	57,7%
E-READER	83,0%	32,4%	18,5%

Tabel: 'Waar gebruik je volgende toestellen?' (Jongeren die een toestel in huis hebben)

Bron: Apestaartjaren

Mobiele toestellen zijn populairst bij de jongeren. Toch valt op dat met uitzondering van de gsm/smartphone deze eigenlijk weinig mobiel gebruikt worden. Daarbij kan je opmerken dat 32% van de jongeren zijn gsm/smartphone eigenlijk niet buitenshuis gebruikt.



Vraag Mediabezit:

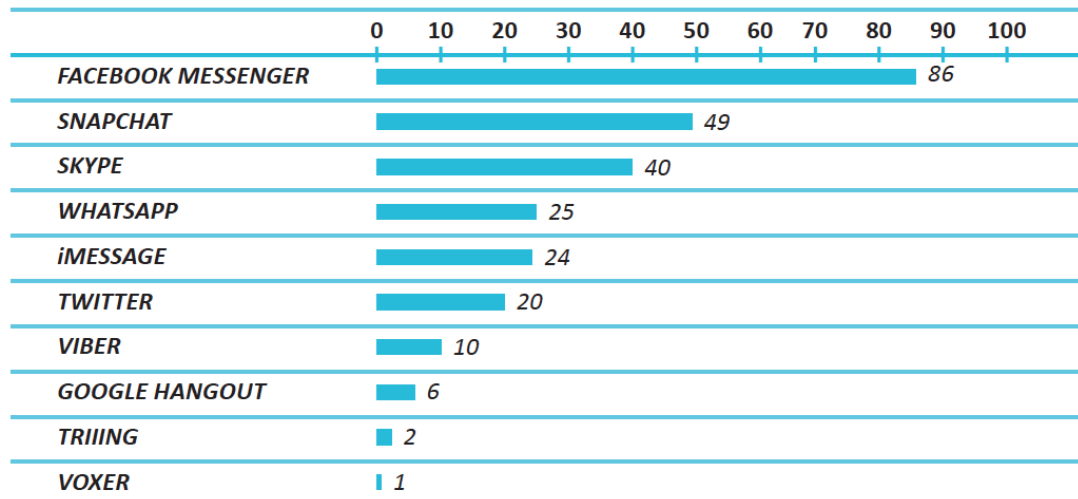
1. Hoe vaak bel je (per dag)?
2. Hoe vaak mail je zelf (per dag)?

Jongeren bellen gemiddeld een keer per dag. E-mail gebruiken ze vooral om te lezen. Echt zelf mails sturen doen ze bijna en/of liever niet, want ze komen slechts aan een gemiddelde van 0,58 mails per dag. Toch scoren Hotmail en Gmail hoog bij de populairste sites.



Vraag Mediabezit:

1. In 2012 werden er door jongeren gemiddeld 71 sms'en per dag verstuurd. Was dit aantal in 2014 hoger of lager?
2. Waarom?



Grafiek: 'Welke digitale platformen gebruikte je de voorbije week naast sms en telefoongesprekken om te communiceren?' (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

Er worden gemiddeld 58 sms'en per dag gestuurd. Dat lijkt veel, maar twee jaar eerder, in 2012, was dit nog 71 per dag. Dit ligt in de lijn van een wereldwijde trend. De nieuwjaars-sms is immers ook op zijn retour omdat de mensen en dus ook de jongeren hun ei kwijt kunnen via de online berichtendiensten. Hiermee kan je berichten sturen, chatten en/pf videogesprekken voeren.

Van die online berichtendiensten is Facebook Messenger met ruime voorsprong de populairste, op ruime afstand gevolgd door Snapchat en Skype.

De online berichtendiensten spelen ook in op de trend van het meer persoonlijke en gericht communiceren via sociale media, daar waar het enkele jaren geleden hip was om berichten met een zo ruim mogelijk publiek te delen.

Mediaconsumptie



Vraag Mediaconsumptie:

1. Welke websites bezoek je het meest?

Top 20 jongeren (N=1731)	
1.	(1) Facebook (1498)
2.	(2) YouTube (1270)
3.	(4) Elektronische leeromgeving (SmartSchool, EloV, Knooppunt, ...) (564)
4.	(3) Hotmail/Outlook (294)
5.	(7) Twitter (274)
6.	(-) Instagram (254)
7.	(9) HLN (136)
8.	(6) Spele.be/nl (135)
9.	(15) Tumblr (124)
10.	(11) Gmail (116)
11.	(16) Skype (109)
12.	(13) We Heart It (74)
13.	(8) Wikipedia (65)
14.	(12) Sporza (57)
15.	(10) Funnygames.be/nl (52))
16.	(-) Spotify (47)
17.	(-) Myro (45)
18.	(18) PornHub (39)
19.	(-) Ask.fm (35)
20.	(18) The Pirate Bay (30)

Tabel: 'Wat zijn de 5 websites die je het meest bezoekt?'

Bron: Apestaartjaren

De populaire websites uit het vorige onderzoek bevestigen hun populariteit in het Apestaartjaren 5-onderzoek. Facebook staat ruim op kop gevolgd door Youtube. 15 van de 20 sites stonden 2 jaar eerder ook al in de top 20.

Opmerking: Elektronische leeromgevingen werden gebundeld, zoekmachines als Google en Bing werden niet als website meegerekend.

Dat de elektronische leeromgevingen in de top 3 staan wijst op het feit dat scholen meer inzetten op het gebruik van digitale leerplatformen.

De andere nieuwkomers in de top 20 zijn vooral Sociale Netwerksites waarvan Instagram vanuit het niks zelfs op een zesde plaats binnenkomt.



Vraag Mediaconsumptie:

1. Welke online diensten gebruik je? Betaal je voor online diensten?

	BETALEND			ZONDER BETALEN		
	Downloaden	Streamen	Offline drager	Downloaden	Streamen	Offline drager
FILMS	10,6%	5,7%	19,9%	42,3%	36,1%	19,6%
MUZIEK	14,5%	7,8%	8,9%	62,0%	42,6%	12,8%
SERIES	6,6%	7,1%	12,6%	30,6%	38,2%	16,4%
GAMES	18,2%	4,8%	19,0%	42,4%	21,8%	12,5%
E-BOOKS	10,1%	4,0%	8,5%	23,4%	13,1%	14,6%
APPS	25,4%	3,1%	3,6%	70,6%	8,6%	6,0%
SOFTWARE EN PROGRAMMA'S	21,5%	4,0%	10,0%	52,4%	13,2%	9,7%

Tabel: 'Hoe krijg je toegang tot deze media?' (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

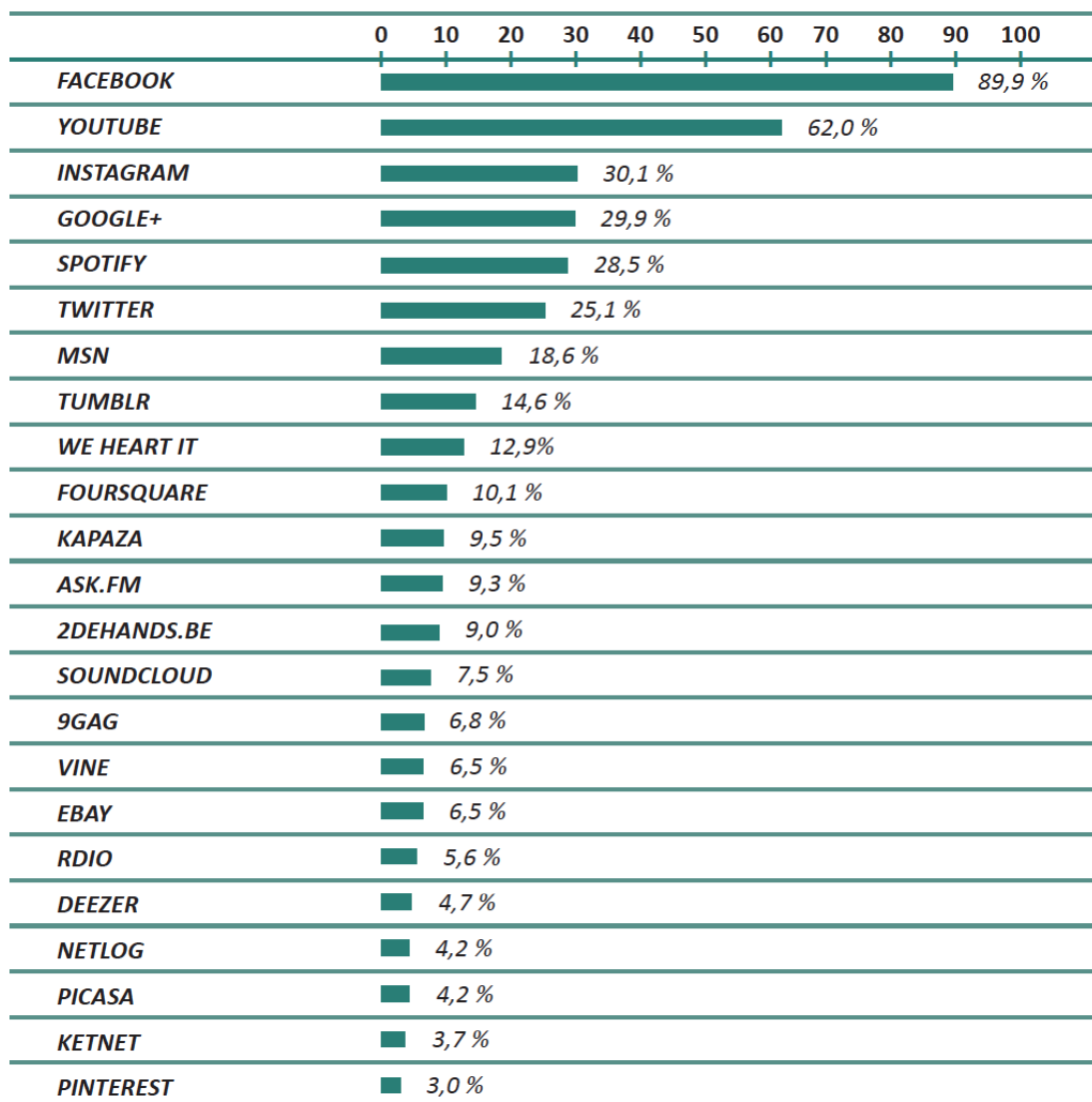
Jongeren hebben niet de gewoonte om te betalen voor online diensten. Voor elke categorie geven jongeren aan dat ze deze downloaden of streamen zonder te betalen. Voor films, games, software en apps wil telkens ongeveer 20% wel betalen.

Sociale Media



Vraag Sociale Media:

1. Welke sociale media hebben jullie?
2. Welk platform gebruiken jullie actief en vaakst?



Grafiek: 'Op welk netwerk heb je de afgelopen maand ingelogd (login + wachtwoord)?' (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

In tegenstelling tot de geruchten in de media is Facebook nog steeds alive and kicking. Bijna 90% van de jongeren logt minstens maandelijks in op Facebook. In 2012 was dat nog 80%, dus er is nog een stijging van 10%.

Meest gebruikt is echter niet hetzelfde als hipste sociaal netwerk. Facebook is een breed gebruikte communicatietool geworden. Meer dan 80% van de jongeren logt dagelijks in op Facebook. Dat is niet steeds om zaken te posten, maar om wat rond te kijken, te chatten of gebruik te maken van de groepen (klasgroepen bijvoorbeeld).

Youtube is een soortgelijk verhaal. De jongeren met een account posten niet altijd zelf video's, maar gebruiken Youtube ook om afspeellijsten te maken, te reageren op video's... Youtube is voor jongeren bovendien vaak een radiospeler of zoekmachine.

Spotify en Instagram zijn nieuw in de top 5. Netlog tuimelt er uit met een 19de plaats. In 2010 was dit nog de populairste. Eind 2014 werd Netlog van het net gehaald door een fusie met datingsite Twoo.

“Teens don’t tweet” blijft wel gelden. De populariteit van Twitter stijgt wel gestaag, maar komt nog absoluut niet in de buurt van Facebook. Jongeren consumeren vooral, maar produceren zelf niet op Twitter.

Apps



Vraag Apps:

1. Wat zijn de apps die je meest gebruikt?
2. Hoeveel apps heb je op je smartphone en/of tablet staan?

Smartphone (N=1731)

1.	Facebook (773)
2.	Snapchat (409)
3.	YouTube (260)
4.	Instagram (259)
5.	Twitter (161)
6.	Whatsapp (117)
7.	Facebook Messenger (81)
8.	Subway Surfers (81)
9.	HLN.be (67)
10.	Google Search (66)
11.	Candy Crush (58)
12.	Pou (57)
13.	We Heart It (50)
14.	Skype (48)
15.	Clash of Clans (46)
16.	Foursquare (40)
17.	Tumblr (39)
18.	De Slimste Mens ter Wereld (37)
19.	Hill Climb Racer (33)
20.	iTube (33)

Tablet (N=1731)

1.	Facebook (587)
2.	YouTube (267)
3.	Snapchat (226)
4.	Instagram (157)
5.	Twitter (92)
6.	Subway Surfers (90)
7.	Clash of Clans (80)
8.	Candy Crush (79)
9.	Skype (68)
10.	Google Search (53)
11.	Temple Run (49)
12.	HLN.be (39)
13.	Facebook Messenger (33)
14.	We Heart It (31)
15.	Tumblr (30)
16.	Pou (28)
17.	Hay Day (25)
18.	Zombie Tsunami (24)
19.	iTube (22)
20.	De Slimste Mens ter Wereld (17)

Tabel: ‘Welke 5 apps gebruik je het vaakst?’ (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

De top 5 van de jongeren bevat: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram en Snapchat en dit zowel op smartphone als tablet. De volgorde verschilt wel lichtjes. De jongeren gaan wel meer gamen op de tablet: de drie apps die enkel in de tablet top 20 staan zijn games.

Jongeren hebben een voorkeur voor gratis apps. Meer dan 65% van de jongeren betaalde nog nooit voor een app. Bovendien zijn ze selectief in de apps die ze gebruiken, want meer dan 50% van de jongeren staat met een tien- à twintigtal apps op zijn toestel. De apps die gebruikt worden zijn vooral communicatie-apps, sociale media en games.



Vraag Apps:

1. Waarom gebruiken jullie (zo weinig) apps?

Het antwoord ligt in het feit dat veel toestellen beperkt zijn qua geheugen, maar ook dat veel jongeren steeds naar dezelfde apps teruggrijpen en ze niet echt gestimuleerd worden om andere zaken uit te proberen.

	Wifi thuis	Wifi elders	Hotspots/ homespots	Data- abonnement	Gratis sessies	Herlaad- kaart	Weet ik niet
Laptop	92,1%	20,4%	15,6%	3,8%	2,0%	1,0%	4,9%
GSM/smartphone	88,3%	48,0%	29,1%	36,7%	13,2%	8,9%	4,0%
Tablet (vb. iPad, Galaxi Tab,...)	94,9%	27,7%	17,8%	5,6%	3,5%	1,1%	2,5%
Mobiele game console *	89,6%	29,7%	19,8%	4,9%	6,6%	3,8%	4,4%
MP3-speler (apart toestel)	89,6%	41,1%	31,6%	4,9%	5,8%	0,9%	7,7%

Tabel: 'Op welke manier ben je de voorbije maand met deze toestellen op internet gegaan?' (Jongeren)

* vb. Playstation Vita, Nintendo DS, ...

Bron: Apestaartjaren

Jongeren gaan tegenwoordig snel naar een mobiel toestel grijpen om op internet te gaan, maar ze surfen toch vooral op het wifi-netwerk (88%) thuis. In vergelijking daarmee scoort een data-abonnement (37%) op de smartphone opvallend laag zelfs.

Sociale Media Op School

	2012	2014
Leerkracht gebruikt Facebook, Twitter,... tijdens de les	10%	35%
Leerlingen krijgen uitleg over de privacyinstellingen op Facebook	16%	41%
Leerlingen maken filmpje in les en zetten het op YouTube in opdracht van leerkracht	8%	21%

Tabel: 'Wat heb je het voorbije half jaar al in je klas meegemaakt?' (Jongeren)

Bron: Apestaartjaren

De omgang met sociale media, internet en smartphones verschilt van school tot school. Het onderwijs heeft de voorbije jaren serieuze stappen voorwaarts gezet. Het kan uiteraard altijd beter. 75% van de jongeren wil meer digitale media in de klas, 63% wil liever tablets dan handboeken en 54% denkt dat leerkrachten eigenlijk niet zo veel weten van digitale media.

Er wordt al een pak meer aandacht besteed aan de privacyinstellingen en ook meer dan 60% van de leerlingen zegt te leren om goed op zoek te gaan naar bronnen.

Ondanks de positieve trend moeten we vaststellen dat de cijfers toch nog relatief laag liggen.



Vraag Sociale media op school:

1. Hoe overleggen jullie over huiswerk?

De leerlingen overleggen vooral via Facebook (78%) of sms (74%) over huiswerk en doen dit in beperkte mate via de elektronische leeromgeving (22%). Ruim de helft heeft ook een klasgroep op Facebook waar onder andere ook overlegd wordt over huiswerk en andere schoolse en minder schoolse zaken.



Stellingen Sociale media op school

1. Om de jongeren geconcentreerd te kunnen laten leren is het goed dat een school smartphones en internet aan banden legt.
2. Jongeren zijn buiten de school al genoeg met sociale media bezig. De school moet daarin een tegengewicht bieden.
3. Jongeren kennen veel meer van sociale media dan volwassenen. Zij kunnen jongeren niks meer bijleren op dat vlak.



Tips

- Ondanks de vele mediamogelijkheden moet je als jongere toch proberen zoeken naar een evenwichtig en gezond mediagebruik. Probeer phubben te vermijden! Phubben is een samentrekking van de Engelse woorden phone en snubbing en het betekent dat je in een sociale omgeving of een gesprek meer bezig bent met je telefoon dan met de personen waarmee je een gesprek voert.
- Praat over je mediagebruik en wissel tips en ervaringen uit met vrienden, maar ook met je ouders. Op die manier zal kennis veel sneller gedeeld worden en zullen risico's veel sneller gekend zijn.

Achtergrondinformatie

We geven in dit hoofdstuk al heel wat achtergrondinformatie mee onmiddellijk bij de vragen.

De cijfers die hierboven gebruikt zijn komen uit Apestaartjaren 5 uit 2014. Apestaartjaren is een tweejaarlijks onderzoek naar het mediagebruik van jongeren in Vlaanderen. De website www.apestaartjaren.be bevat een pak informatie rond jongeren en nieuwe media. Het onderzoeksrapport kan je volledig downloaden van deze website.

Daarnaast bestaat ook nog de Digimeter van iMinds. Het iMinds Digimeterrapport brengt jaarlijks het bezit en gebruik van media en technologie bij Vlamingen in kaart. Hun rapport kan ook volledig downloaden van de website www.digimeter.be.

Beide komen ook aan bod in de Mediacoach MOOC onder het deel 'Mediagebruik'.

Rond deel 2.5. rond 'Sociale Media op school' kan je tevens terecht in het dossier Mediawijsheid Op School van Mediawijs.be en in de mediacoach MOOC kan je terecht voor bij het deel 'Sociale media in je organisatie' en meer bepaald in het deel 'Aan de slag met sociale media op school'.



Zelfevaluatie leerlingen

De leerlingen hebben een duidelijk zicht op hun eigen mediabezit en –gebruik en evalueren dit voor zichzelf regelmatig kritisch met het oog op een gezond evenwicht tussen online en offline.

Deel 3: Online Identiteit (30')



<http://mediawijs.be/mediabank/shut-your-facebook-20-online-identiteit>

Elk stukje informatie dat je over jezelf online kan vinden, bepaalt mee je online identiteit. Je moet altijd bewust omgaan met jouw online identiteit en dat je die de vorm en inhoud geeft die jij wil. Het is belangrijk om te beseffen dat je, hoe je je privacyinstellingen ook zet, deze informatie altijd vrij makkelijk kan gekopieerd en gedeeld worden. Je kan spelen met je online identiteit, maar het is belangrijk dat je jezelf daar niet mee in de problemen brengt of dat je anderen daarmee niet in diskrediet brengt.



Vraag: Online identiteit

1. Wat delen jullie online?

De leerlingen zullen in eerste instantie zeer voor de hand liggende zaken opsommen zoals foto's, statussen, namen, woonplaats.

Belangrijke insteek bij het plaatsen van informatie online is de vraag: "Met hoeveel mensen zou ik dit in het echte leven delen?" Het antwoord op die vraag moet bepalen of je iets online zet en op welke manier.



<https://vimeo.com/113372032>



Opdracht: Online identiteit via Google
Benodigdheden: Computer met internet

De leerlingen gaan via Google of een andere zoekmachine op zoek naar zichzelf. Ze zetten hun naam tussen aanhalingstekens om op die manier te zoeken op de juiste combinatie van voor- en familienaam. Je laat de leerlingen zowel bij websites als bij foto's kijken.

Nadien bespreek je met de leerlingen of zij dat ego-zoeken al dan niet iets van of over zichzelf gevonden hebben. Wie vond afbeeldingen van zichzelf en wie vond info over zichzelf bij de websites?

Opgepast!

Heel wat leerkrachten gebruiken ook methodieken waarbij ze voor de les informatie opzoeken over hun leerlingen op internet en hen vervolgens confronteren met deze informatie. Ze doen dit door openbare informatie op te zoeken over de leerlingen of, nog meer verregaand, door een vals profiel aan te maken en bevriend te worden met de leerlingen. Op die manier hopen ze een shockeffect teweeg te brengen. We raden echter af om deze methodieken te gebruiken, omdat je je hier zowel juridisch als ethisch in een (zeer) grijze zone bevindt. Zo kan je bij de methodiek onder andere in strijd komen met het portretrecht. Algemeen is dit in educatieve context minder een probleem als dit beeld door de jongere zelf openbaar is gesteld. Maar er kunnen bijvoorbeeld op de foto ook andere personen afgebeeld zijn, die niet hun toestemming hebben gegeven. Indien je met een fake profiel bevriend bent geworden en hierdoor info toont, ben je sowieso juridisch in de fout. Onder meer omdat je dan ingaat tegen de uitdrukkelijke overeenkomst met Facebook zelf.

Hiernaast zijn er vooral sterke ethische argumenten om deze methodiek niet gebruiken. Je kan immers steeds spanningen en pesten in de klas of de school in de hand kan wer-

ken en zo de initiële doelstelling van jouw methodiek volledig ondermijnen. Leerlingen kunnen al snel het gevoel hebben dat je in hun privéleven hebt zitten graven en geen respect hebt voor hun privacy.

Je mag leerlingen uiteraard wel altijd individueel waarschuwen of aanspreken als je bij toeval op potentieel risicovolle informatie stuit. Het is echter niet de bedoeling dat je hier doelbewust naar op zoek bent. Als je bevriend zou zijn met leerlingen, al dan niet via een werkprofiel, is het ook aan te raden dat je hen even op de hoogte brengt dat je informatie van hen kan zien. Zo laat je hen zelf de vrije keuze om bepaalde informatie al dan niet af te screenen.

Meer achtergrondinformatie vind je via deze link (link naar dossierartikel van Ellen en Mariëke)



Tips

Zoek regelmatig jezelf op:

1. Evalueer elk stukje informatie: klopt alles wat je vindt? Kan het niet negatief worden geïnterpreteerd? Staat er gevoelige privé info online?
2. Begin bij je eigen content: Start met het beheer van de zaken op je eigen platformen. Vaak kan je een heleboel zelf al regelen en in orde stellen.
3. Neem actie tegen bezwarende en kwetsende content door anderen: vraag om die informatie te verwijderen. Doe dat indien mogelijk persoonlijk, anders via een webmaster. Je kan je steeds beroepen op je 'recht van afbeelding'. Via sociale mediakanalen kan je dit ook rapporteren. In sommige gevallen zullen juridische stappen nodig zijn via de politie.
4. Probeer deze nieuwe gedragsstijl te behouden: je online identiteit blijft een aandachtspunt. Doorloop regelmatig bovenstaande stappen. Post bovendien niet meer informatie over jezelf dan noodzakelijk en zorg dat die jezelf niet in diskrediet brengt.

Belangrijk om weten! Het recht van afbeelding is steeds van toepassing: Het recht op afbeelding is een recht op je eigen afbeelding. Bijvoorbeeld: Je neemt een foto van iemand en je wil deze foto gebruiken in een schoolkrantje of op de schoolwebsite. Dan heb je de toestemming nodig van de persoon die wordt afgebeeld, zowel voor het maken van de foto als het verder gebruik ervan. Meer info over portretrecht kan je terugvinden op Mediawijs.be. Neem zeker eens een kijkje naar de interactieve affiche rond auteurs- en portretrecht.

Achtergrondinformatie

Zoekmachines en sociale mediakanalen zijn niet verantwoordelijk voor de inhoud die je bij hen vindt. Als je in Google iets vindt moet je dus niet bij Google zelf aankloppen, maar moet je naar het sociale mediakanaal of de website in kwestie gaan om de info aan te pakken.

Voor extra informatie verwijzen we je graag door naar de [Mediacoach MOOC](#) en meer bepaald het deel rond *online identiteit* van Sander De Ridder (Ugent).

Een online identiteit creëer je met behulp van digitale media. Niet iedereen gebruikt altijd zijn echte naam online. Nochtans wordt dit vaak wel verwacht. Dit is onder meer veroorzaakt door de opkomst en het groot succes van Facebook, aangezien deze tool vraagt dat je je eigen naam gebruikt. Je hebt geen volledige controle over jouw online identiteit omdat anderen stukjes 'zelfpresentatie' kunnen kopiëren en gebruiken in een andere context, ook indien je dit niet wil.

Identiteit(en) zijn zowel online als offline complex, meervoudig en contextgevoelig. De online identiteit wordt deels gestuurd door de representatietool die wordt gehanteerd. Mensen houden rekening met het publiek van de tool die ze hanteren. Dit publiek is bijvoorbeeld verschillend bij Facebook, waarbij het meestal meer uit privécontacten bestaat, dan bij LinkedIn, dat gericht is op professionele contacten. Mensen verwachten van een online identiteit dat deze authentiek is, maar dat is niet altijd het geval. Sommige mensen geven op een creatieve manier een invulling aan een online identiteit en gebruiken niet altijd hun eigen naam.

Meer informatie over het **recht van afbeelding** kan je vinden in het Dossier 'Auteursrecht' op mediawijs.be. Mediawijs.be maakte een handige affiche over auteurs- en portretrecht. De affiche is een praktische tool die je door middel van vragen naar het juiste antwoord leidt. Concrete voorbeelden bieden daarbij een houvast. Op de website van Ik Beslis kan je ook een lespakket terugvinden over het Recht op afbeelding.



Zelfevaluatie leerlingen

De leerlingen zijn zich bewust van de complexiteit van een online identiteit. Ze trachten zichzelf daar zo goed en zo kwaad mogelijk tegen te beschermen en dit al dan niet op een creatieve manier.

Deel 4: Netiquette (20')



<http://mediawijs.be/mediabank/shut-your-facebook-20-netiquette>



Stellingen Netiquette

Benodigheden: Rode & groene kaartjes of digitaal device per leerling, draadloze internetverbinding, quiz aangemaakt via kahoot.

Via verschillende stellingen doorheen de lessen zet je de leerlingen aan tot nadenken over bepaalde zaken en clichés. Kloppen deze of juist niet? Waarom denken we daar zo over? Aan de hand van rode en groene kaartjes geven de leerlingen aan of ze hiermee akkoord gaan of niet. We laten nadien ook ruimte voor discussie.

Een andere mogelijke werkvorm is het werken met kahoot. Via de tool 'kahoot' kan je op een heel eenvoudige manier online quizen opzetten. Het voordeel van deze manier van werken is dat de leerlingen anoniem stemmen alvorens de klasdiscussie start. Als leerkracht heb je ook zicht op wat welke leerlingen gestemd hebben.

Belangrijk: voor het gebruik van deze tool heb je een digitaal device nodig per leerling, bijvoorbeeld een laptop, tablet of smartphone. Indien dit toegestaan is in de school kan je leerlingen ook hun eigen smartphone laten gebruiken. Je hebt hiernaast ook een draadloze netwerkverbinding nodig.

Maak zelf een kahoot aan via <https://getkahoot.com/>

Plaats onderstaande stellingen in een quizformaat. Je kan de tijdsperiode aanpassen waarbinnen de leerlingen moeten antwoorden.

Vraag aan de leerlingen om hun eigen naam als 'nickname' te gebruiken.

1. Kwetsende uitspraken online zijn erger dan offline.
2. Wie veel info deelt online heeft meer kans dat deze misbruikt te wordt.

Wat is cyberpesten? Alle vormen van pesterijen die een beroep doen op nieuwe informatie- en communicatietechnologieën om slachtoffers opzettelijk en herhaaldelijk te kwetsen, te beledigen, lastig te vallen, uit te sluiten, belachelijk te maken,...

Belangrijk is dus net als bij pesten het machtsonevenwicht, het feit dat het niet eenmalig is en het doelmatige van de actie.

Cyberpesten is een nog relatief nieuw fenomeen dat zijn opgang kende met de groei van de gsm-markt, de opkomst van een snel, vast en betaalbaar internet en het opkomen van sociale media. Het gebeurt eerder in besloten kring en het is moeilijk om er van op de hoogte te zijn. Het is bijzonder moeilijk om als buitenstaander zicht te krijgen op wat zich online tussen dader(s) en slachtoffer(s) afspeelt

Het is dus belangrijk 'netiquette' bij te brengen, de ongeschreven regels over hoe je je best gedraagt op het internet. Je leerlingen zijn misschien technisch vaardig, maar weten vaak niet wat de gevaren en de mogelijkheden zijn. Welke bronnen zijn betrouwbaar? Hoe openbaar zijn profielen op sociale media? Op welke content is auteursrecht van toepassing? Jongeren moeten dit vaak nog leren.

Waar jongeren ook op moeten gewezen worden is dat ze goed nadenken voor ze dingen online zetten. Internet en gsm geven jongeren de mogelijkheid om dingen te zeggen en doen die ze in het echte leven niet zouden durven. Bovendien blijkt dat anonimiteit op het internet een ontremmend effect kan hebben. Dit kan positieve effecten hebben, een verlegen iemand zal op internet sneller iemand anders durven benaderen. Maar iemand die in het echte leven 'zwakker' is, kan zich online ook machtiger gaan voelen omwille van zijn/haar anonimiteit en technische skills. Dergelijke gevoel zou een relatief zwakke persoon in het offline leven ertoe kunnen brengen om te gaan pesten online.

Denk voor je post is in dat opzicht een belangrijk onderdeel van netiquette. Om ruzies, pesten, misverstanden en gênante situaties te vermijden die je online én offline reputatie kunnen schaden is het steeds nodig om goed na te denken voor je dingen online zet en hoe je dat doet. Dingen die je offline niet zou zeggen of doen zeg of doe je dus ook best niet online is al een eerste grote selectiecriteria

Daarnaast kan je ook volgend ezelsbruggetje gebruiken.

DENK voor je post

D: Is mijn post Duidelijk?

E: Ben ik Empatisch?

N: Is het Nodig dat ik dit post?

K: Bekijk ik mijn post Kritisch vooraleer ik die plaats?

Duidelijk: Is wat ik zeg of plaats niet voor interpretatie vatbaar?

Empatisch: Houd ik bij mijn post rekening met de gevoeligheden en gevoelens bij andere mensen?

Nodig: Post ik geen al te banale dingen die eigenlijk totaal niet relevant zijn?

Kritisch: Wees steeds kritisch voor jezelf als je iets wil plaatsen. Hou rekening met de bovenstaande zaken en dit op het vlak van inhoud en van vorm.

Het komt er eigenlijk ook op neer een **positieve voetafdruk** na te laten online.



Opdracht: Laat de leerlingen zelf enkele voorbeelden geven van de voordelen en positieve kanten van sociale media op het vlak van schoolwerk.

Voorbeelden hiervan zijn: Skypen voor een groepswerk, overleg via huiswerk in een klas-sikale Facebookgroep of via messenger, informatie en bronnen opslaan in bookmarkings-tools als Diigo en Pinterest, groepswerken monitoren aan de hand van Trello of Wunderlist, je documenten online beheren via Dropbox, Google Drive of OneDrive, ...



Tips

We geven verschillende tips in verschillende contexten mee rond netiquette.

Algemeen

- Als je iets niet zou doen IRL (*in real life*), doe het dan ook niet in cyberspace.
- Neem na elk uur online een pauze van minstens 10 minuten.

Chatten

- Geef zo min mogelijk persoonlijke gegevens. Dus geen (e-mail)adressen, namen (ook niet van school), telefoonnummers, wachtwoorden, beroepen, foto's etc. Je weet niet wat ermee gebeurt.
- Blijf aardig en eerlijk. Negeer beledigingen, discriminatie en seksuele toespelingen aan jou adres. Post zelf geen lompe berichten of bedreigingen.
- Laat je niks wijsmaken en ga niet in op mooie beloften. Op het internet is niets wat het lijkt.

- Spreek niet in je eentje af met iemand die je van de chat kent. Neem altijd iemand mee, spreek af op een plek waar veel mensen zijn en laat thuis weten waar je bent.
- Onbekende 'vrienden' verwijder je uit je contactenlijst.

Surfen

- Geef niet zomaar informatie weg in ruil voor games, clips, toegang tot community's etc. Je gegevens worden opgeslagen, gebruikt en doorverkocht.
- Privacy-bepalingen zijn er niet voor niets. Lees ze voor je iets invult. Kijk wat er met je gegevens gebeurt en of ze aan anderen worden doorgespeeld.

Registreren

- Een nickname (nepnaam) en een wachtwoord zijn meestal voldoende. Klik overbodige vinkjes weg, anders word je overladen met junkmail.
- Lees de voorwaarden in de gebruikersovereenkomst. Let vooral op de hoeveelheid informatie die van je wordt gevraagd, wat ermee gebeurt en wie er toegang toe heeft.

Eigen website, blog, Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram, ...

- Geef geen informatie waarmee jij of anderen te herleiden zijn.
- Kwets of beledig anderen niet, hoe grappig het ook lijkt. Miljoenen mensen lezen mee, dus je acties kunnen verstrekken gevolgen hebben.

Kopen

- Koop geen credits of andere dingen zonder overleg met je ouders.
- Noteer al je online uitgaven, zodat je niet meer uitgeeft dan je hebt.

Achtergrondinformatie

Als je dieper wil ingaan op het fenomeen cyberpesten, neem dan eens een kijkje in het Dossier Cyberpesten op [Mediawijs.be](http://mediawijs.be). We verwijzen ook graag naar hoofdstuk 5 'Cyberpesten' en hoofdstuk 8 'Het belang van een goede online reputatie' uit het boek '[Mediawijs Online – Jongeren en sociale media](#)' van Michel Walrave en Joris Van Ouytsel. [Mediawijs.be](http://mediawijs.be) heeft deze tips en adviezen gebundeld in hapklare fiches ([cyberpesten](#) + [online reputatie](#)). Als leerkracht kan je met deze fiche makkelijk aan de slag.

Hiernaast kan je ook terecht op Clicksafe.be voor onder andere lesmateriaal en tips rond veilig online. Interessante tools om mee aan de slag te gaan in de klas zijn de lespakketten van SPION en het programma [Re:Pest](#) van de hogeschool Howest.

Zelfevaluatie leerlingen

De leerlingen zijn zich bewust van de risico's, maar ook van de mogelijkheden van internet en sociale media. Via verschillende manieren denken ze kritisch en bewust na over de dingen die ze online zetten.



Deel 5: Online privacy (40')



<http://mediawijs.be/mediabank/shut-your-facebook-20-online-privacy>

In hoeverre weten je leerlingen zelf wat ze online delen en wat niet? Hoe reageren ze als jij als leerkracht informatie over hen weet. Ga vooraf (hoofdstuk 3) de verschillende Facebookprofielen van je leerlingen af en confronteer hen met de info en de foto's die je vindt. Maak vooraf een selectie van informatie (verjaardagen, familieleden, relaties, ...) en foto's die je in de klas kan meedelen of projecteren.

In dit hoofdstuk ga je samen met je leerlingen aan de slag om hun privacy-instellingen te bekijken, te doorgronden en waar zij dit nodig achten aan te passen.

Maak duidelijk aan de leerlingen dat je hen wil bewustmaken van hoe online privacy werkt op de verschillende platformen en wat je wanneer kan zien. Ze hebben uiteindelijk de keuze hoe ze hun privacy afschermen. Leg de nadruk op het onderscheid tussen beveiliging ten opzichte van personen, vrienden en beveiliging ten opzichte van de platformen zoals Facebook.



Benodigheden: Rode & Groene kaartjes, digitaal device per leerling, draadloze internetverbinding, quiz aangemaakt via kahoot

Via verschillende stellingen doorheen de lessen zet je de leerlingen aan tot nadenken over bepaalde zaken en clichés. Kloppen deze of juist niet? Waarom denken we daar zo over? Aan de hand van rode en groene kaartjes geven de leerlingen aan of ze hiermee akkoord gaan of niet. We laten nadien ook ruimte voor discussie.

Een andere mogelijke werkvorm is het werken met kahoot. Via de tool 'kahoot' kan je op een heel eenvoudige manier online quizen opzetten. Het voordeel van deze manier van werken is dat de leerlingen anoniem stemmen alvorens de klasdiscussie start. Als leerkracht heb je ook zicht op wat welke leerlingen gestemd hebben.

Belangrijk: voor het gebruik van deze tool heb je een digitaal device nodig per leerling, bijvoorbeeld een laptop, tablet of smartphone. Indien dit toegestaan is in de school kan je leerlingen ook hun eigen smartphone laten gebruiken. Je hebt hiernaast ook een draadloze netwerkverbinding nodig.

Maak zelf een kahoot aan via <https://getkahoot.com/>

Plaats onderstaande stellingen in een quizformaat. Je kan de tijdsperiode aanpassen waarbinnen de leerlingen moeten antwoorden.

Vraag aan de leerlingen om hun eigen naam als 'nickname' te gebruiken.

Opdracht: Bij 4.1 controleren we aan de hand van de eigen smartphone de instellingen bij onszelf. Bij 4.2 doen we dit op ons eigen Facebookprofiel aan de computer. Belangrijk om weten is dat sociale mediakanalen regelmatig wijzigingen doorvoeren in hun privacyinstellingen. Mediawijs.be probeert dit lespakket steeds zo veel mogelijk up to date te houden.

Stelling: Met en door sociale media heb je geen privacy meer.

Twitter – Instagram – Snapchat

Deze platformen hebben een vrij eenvoudige manier voor het beheren van je privacy. Heel vaak is het principe: open of gesloten. Bij elk platform vertaald zich dat echter in lichtjes andere terminologie.



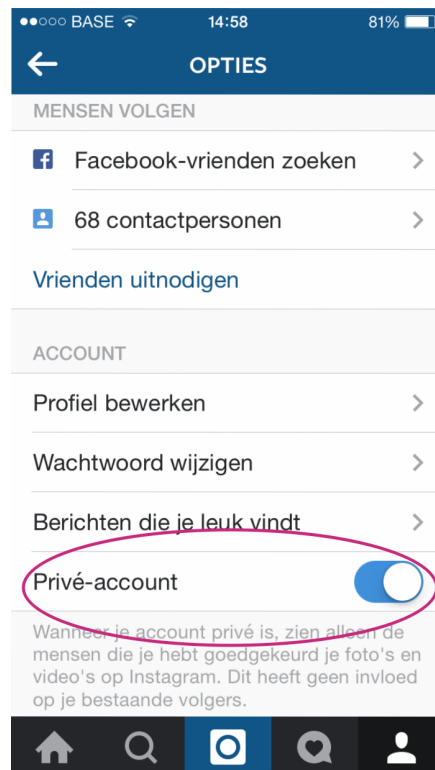
We overlopen de mogelijkheden met de leerlingen en kijken waar je deze kan aanpassen. Laat het initiatief in eerste instantie vanuit de leerlingen zelf komen. Je kan dit rechtstreeks op de smartphone doen.

Twitter: Open account of afgeschermd account

Via: Instellingen > Privacy > Scherm mijn tweets af: aan- of afvinken

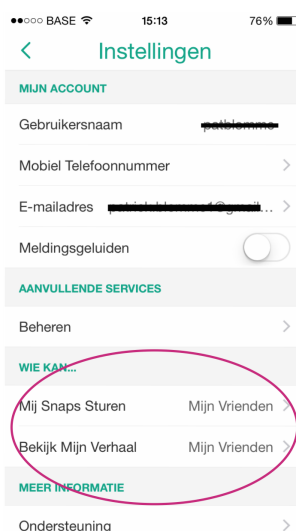
Instagram: Open account of privé account

Via: eigen profiel (niet tijdlijn) > Instellingen > Account > Privé-account: aan- of afvinken



Snapchat: Snaps krijgen van iedereen of enkel van vrienden (bij verhaal heb je een extra optie 'aangepast' hierbij kan je je verhalen blokkeren voor vrienden naar keuze)

Via: Instellingen > Wie kan... > Mij snaps Sturen: Mijn vrienden of Iedereen aanvinken + Bekijk mijn verhaal: Mijn vrienden, Iedereen of Aangepast aanvinken

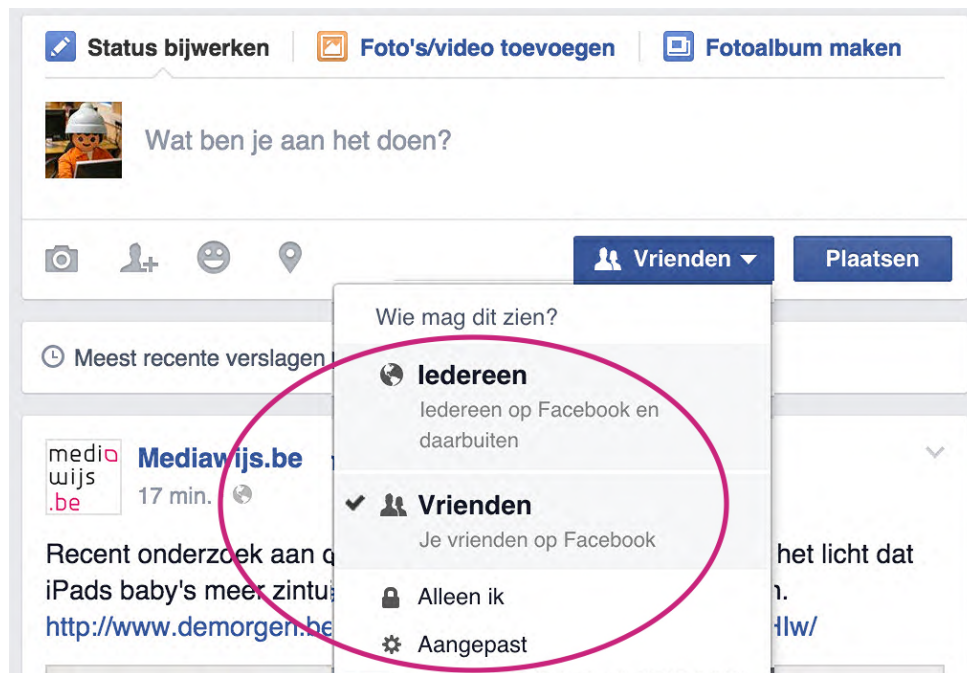


Facebook: privacy

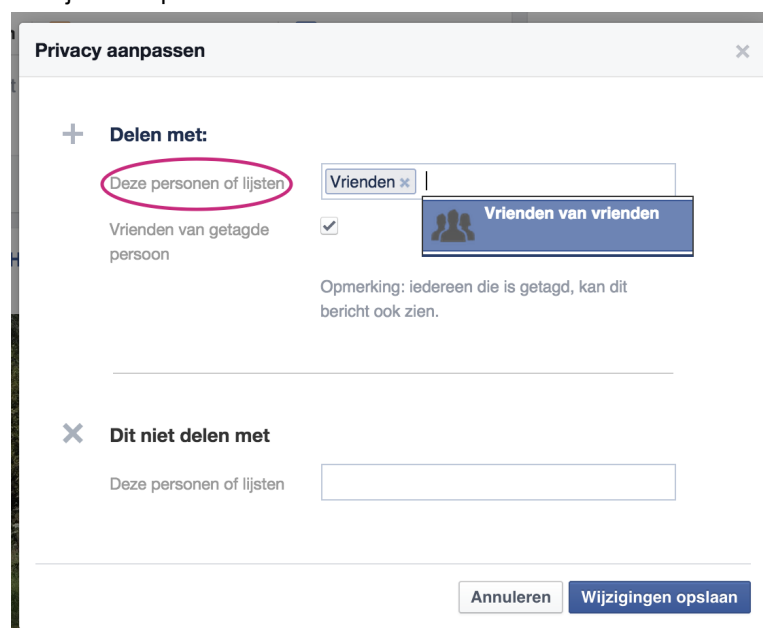
Ga naar je startpagina

Bekijk in het vak 'status bijwerken' naast de 'plaatsen'-knop je privacy-instellingen

4 standaardinstellingen ⇒ Openbaar, Vrienden, Alleen Ik of Aangepast



Wanneer je klikt op de instelling 'Aangepast' kan je zelf volledig bepalen wie wat wel en niet kan zien aan de hand van 'lijsten' of per 'vriend'.

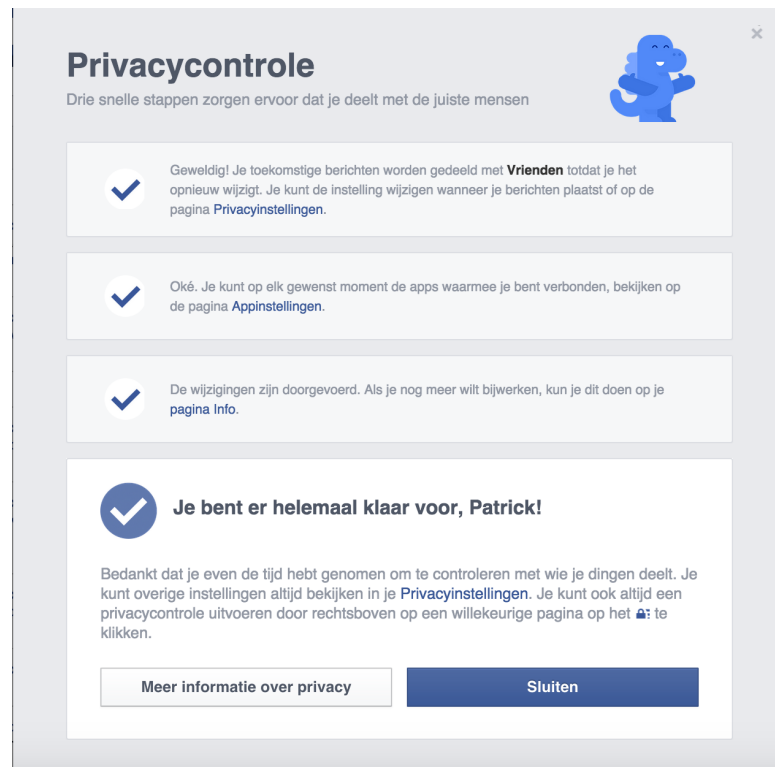


Via  kom je bij de Privacysnelkoppelingen terecht. Overloop de mogelijkheden van de privacysnelkoppelingen eens met de leerlingen. Via deze weg kunnen instellingen in verband met je privacy op een eenvoudige en relatief snelle manier worden uitgevoerd.



Privacycontrole: 3 korte stappen om privacy te controleren (nog niet bij iedereen) of zoals Facebook het zelf omschrijft 'Drie snelle stappen zorgen ervoor dat je deelt met de juiste mensen.'

- Stap 1: Mijn Berichten ⇒ Dit bepaalt wie kan zien wat je deelt wanneer je berichten plaatst vanaf de bovenzijde van het nieuwsoverzicht of je profiel.
- Stap 2: Je Apps ⇒ Dit zijn de apps waarbij je je met Facebook hebt aangemeld. Je kunt bewerken wie elke door jou gebruikte app en enige toekomstige door de app gemaakte berichten kan zien of de apps verwijderen die je niet meer gebruikt.
- Stap 3: Je Profiel ⇒ Je profiel helpt anderen om op Facebook met je in contact te komen. Welke informatie staat op je profiel en met wie deel je dit.



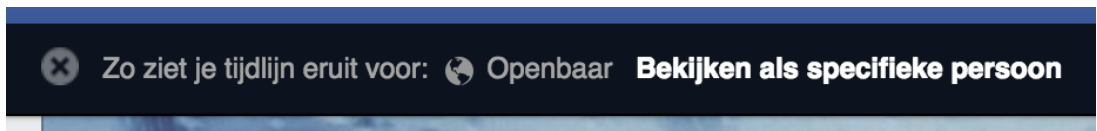
Wie kan mijn inhoud zien?



- Bij voorkeur 'Vrienden'
- Eerdere berichten beperken = Oude berichten die ingesteld staan als 'Openbaar' of 'Vrienden van Vrienden' in een keer wijzigen in 'Vrienden'.
- Wie kan mijn toekomstige berichten bekijken? Keuze uit de **standaardinstellingen**
- **Activiteitenlogboek** ⇒ Je activiteitlogboek omvat al je verslagen die gerangschikt zijn op de datum waarop de activiteiten in Facebook zijn uitgevoerd. Alleen jij kunt je activiteitlog-

boek zien. Standaard toont je activiteitlogboek de activiteiten van het huidige jaar, te beginnen met de meest recente activiteit. Klik op een jaar (rechtsbovenaan) om rechtstreeks naar die tijd te gaan.

- Je kunt aan het publiekspictogram rechts van elk verslag zien met wie het verslag wordt gedeeld.
- Wat zien anderen op mijn tijdlijn? ⇒ **Weergeven als...** / **Bekijk als...** ⇒ Bekijk je volledige profiel 'Openbaar' of volgens een van je vrienden. Dit laatste is interessant als je met lijsten werkt die je elke een andere instelling van weergave geeft.



Wie kan contact met me opnemen?

- Hoe filter je berichten? **Basisfiltering** is voldoende, bij strikte filtering zullen berichten sneller in je postvak 'overige' terecht komen waardoor je ze sneller zal mislopen. Berichten kan je eigenlijk zien als een intern mailsysteem van Facebook. Mensen die je berichten sturen hoeven niet bevriend te zijn met jou.
- Wie kan je vriendschapsverzoeken sturen? Iedereen of Vrienden van vrienden? **Iedereen** lijkt hier een degelijke instelling. Uiteindelijk heb je zelf nog de eindbeslissing of je een vriendschapverzoek al dan niet aanvaard.

Hoe zorg ik dat iemand me niet meer lastig valt?

Hoe zorg ik dat iemand me niet meer lastigvalt?

Je kunt iemand blokkeren zodat je geen vrienden meer met deze persoon bent en voorkomt dat deze persoon nog gesprekken met je kan beginnen of inhoud die je op je tijdlijn plaats kan zien. [?]

Naam of e-mailadres toevoegen

[Alle geblokkeerde gebruikers bekijken](#)

- Mensen **blokkeren**: op die manier ben je niet meer bevriend met hen, maar kunnen zij ook geen inhoud op je tijdlijn plaatsen of berichten sturen naar jou.
- Bij **'info' of 'over'** kan je veel persoonlijke informatie kwijt. Deze kan je stuk per stuk aanpassen qua instelling. Let wel: dit kan niet via 'Overzicht', maar moet je op de onderstaande tabbladen zoals 'Werk en opleiding', 'Plaatsen waar je hebt gewoond', enzoverder aanpassen.
- Klik bij het stukje info dat je wil aanpassen op 'Opties' en daarna op 'Bewerken'. Dan kan je alles aanpassen.
- Onderaan kan je de privacyinstellingen aanpassen.

Info

Overzicht

Werk en opleiding

Plaatsen waar je hebt gewoond

Contact- en algemene gegevens

Familie en relaties

Details over jou

Levensgebeurtenissen

WERK

Voeg een werkgever toe

mediawijjs.be

Facebooker · 2013 tot op heden · Etterbeek

Playmobil

Functie

Plaats

Beschrijving

Tijdsperiode

Playmobilverte

Eeklo

Hier werk ik nu

2000

Maand toevoegen

tot heden.

Vrienden

Iedereen

Vrienden

Alleen ik

Aangepast

Goede vrienden

Familie

Wijzigingen opslaan

Annuleren

+ Project toevoegen

Info

Overzicht

Werk en opleiding

Plaatsen waar je hebt gewoond

Contact- en algemene gegevens

Familie en relaties

Details over jou

Levensgebeurtenissen

HUIDIGE WOONPLAATS EN GEBORTEPLAATS

Etterbeek

Huidige woonplaats

Geboorteplaats

Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Vrienden

Iedereen

Vrienden

Alleen ik

Aangepast

Alle lijsten weergeven...

Wijzigingen opslaan

Annuleren

Shut Your Facebook 2.0

mediawijjs.be

41

Via  > Instellingen > Privacy

- Algemeen
- Beveiliging
- Privacy**
- Tijdlĳn en taggen
- Blokkeren
- Meldingen
- Mobile
- Volgers
- Apps
- Advertenties
- Betalingen
- Ondersteuningsda...
- Video's

Privacyinstellingen en -functies

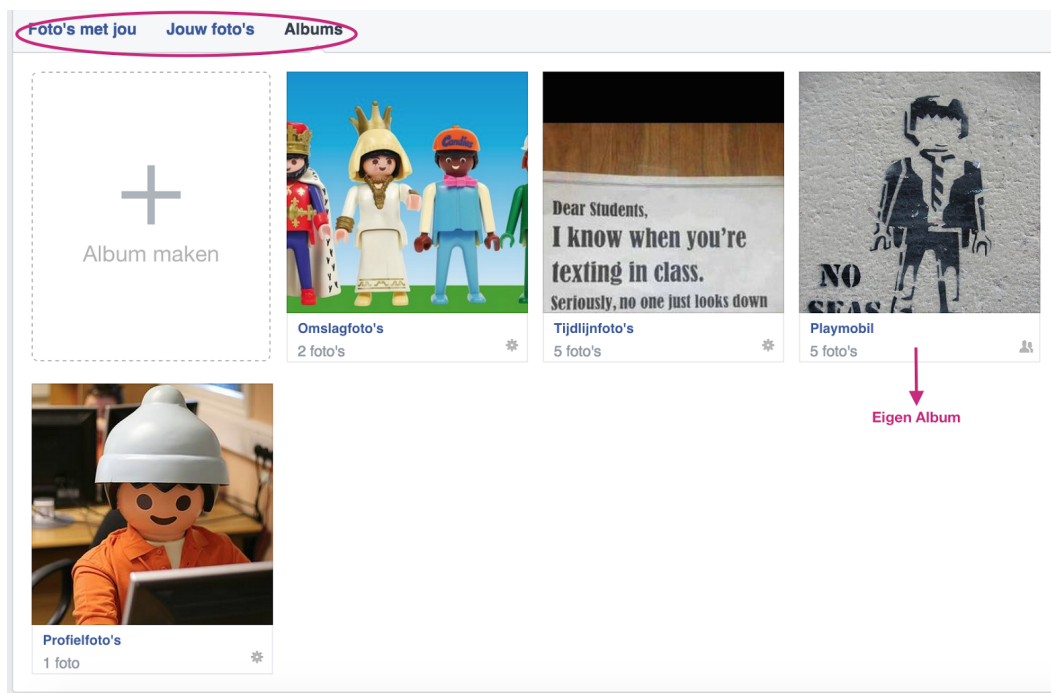
Wie kan mijn inhoud zien?	Wie kan je toekomstige berichten zien?	Vrienden	Bewerken
	Alle berichten en dingen waar je in bent getagd bekijken		Activiteitlogboek gebruiken
	Het publiek beperken voor berichten die je hebt gedeeld met vrienden van vrienden of openbaar?		Eerdere berichten beperken
Wie kan contact met me opnemen?	Wie kan je vriendschapsverzoeken sturen?	Iedereen	Bewerken
	Van welke afzender moeten de berichten in mijn postvak IN worden gefilterd?	Basisfiltering	Bewerken
Wie kan me opzoeken?	Wie kan je zoeken met behulp van het e-mailadres dat je hebt opgegeven?	Vrienden	Bewerken
	Wie kan je zoeken met behulp van het telefoonnummer dat je hebt opgegeven?	Vrienden	Bewerken
	Wil je dat in de resultaten van andere zoekmachines een link naar je tijdlĳn wordt weergegeven?	Nee	Bewerken

Wie kan me opzoeken?

- Aan de hand van mailadres en gsm-nummer: Bij voorkeur 'Vrienden'
- Vindbaar in zoekmachines: nee!

Facebook: tijdlĳn en taggen

- Ga naar je eigen profiel > Foto's > Albums
- Daar zie je verschillende soorten albums:
 - Profielfoto's
 - Omslagfoto's
 - Tijdlĳnfoto's
 - Uploads van telefoon
 - Video's
 - Eigen albums: bijvoorbeeld 'reis 2013', 'Kazou Kroatie', 'Vrienden', ...
- Daarnaast heb je ook nog:
 - Foto's met jou: alle foto's waar jij in getagd bent, chronologisch van nieuw naar oud
 - Foto's van jou / Jouw foto's: al jouw foto's, maar los van de mappen/albumstructuur, chronologisch van nieuw naar oud



Bij eigen albums kan je privacyinstellingen voor het volledige album in een keer aanpassen. Daarbij heb je opnieuw de keuze tussen de standaardinstellingen.



Bij alle andere albums dien je foto per foto apart in te stellen. Zoals op onderstaande foto zichtbaar is.



Dit doe je door: album openen > een foto aanklikken > naast de datum de privacyinstelling aanpassen. Zo kan je door naar de volgende foto door te klikken het volledige album foto per foto afgaan.

Wees je er steeds bewust van dat Facebook automatisch de instellingen 'openbaar' zal toekennen aan een nieuwe foto. Je moet dit dus steeds zelf instellen.

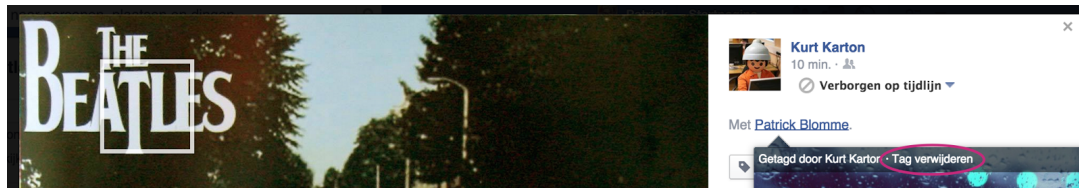
Uitzondering: Je profielfoto en omslagfoto die je op dit moment gebruikt staat altijd openbaar.

Wat je profielfoto betreft kan je deze wel afschermen als bijvoorbeeld 'Vrienden', maar de foto kan sinds kort toch aangeklikt en geopend worden. Alleen krijg je dan enkel de foto te zien zonder info, comments en likes.

Wanneer je **getagd** bent in een foto heb je steeds de keuze of je deze op je tijdlijn wenst of niet. Dit doe je door onderstaande keuze te maken.



Let wel: Als je kiest voor 'Verborgen op tijdlijn' blijf je wel nog getagd in de foto. Die tag kan je ook zelf manueel verwijderen.



Je kan echter je tags beter beheeren door een **tijdlijncontrole** in te stellen voor alle tags, dus zowel naam- als fototags. Straks zal je zien waar je deze kan instellen, maar het principe is dus zo dat je met een goede instelling er voor kan zorgen dat je tags niet zichtbaar zijn vooraleer jij je toestemming er voor hebt gegeven. Wanneer er iemand een tag plaats van jou komt deze dan eerst in je tijdlijncontrole. Daar kan je dan kiezen of deze wel of niet op je tijdlijn wil.



Wanneer je kiest voor 'Verbergen' kan je ook kiezen om de tag te rapporteren aan Facebook. Rapporteren aan Facebook doe je indien je het niet eens bent met een bepaalde inhoud van een post of met bepaald gedrag van een persoon op Facebook.



Het kan echter makkelijker door degene die de foto heeft geplaatst rechtstreeks aan te spreken of schrijven om de foto te verwijderen.

Via  > Instellingen > Tijdlijn en taggen

Tijdlijn en instellingen voor taggen			
Wie kan inhoud aan mijn tijdlijn toevoegen?	Wie kan berichten plaatsen op je tijdlijn?	Vrienden	Bewerken
	Berichten controleren waarin je door vrienden bent getagd voordat ze op je tijdlijn worden weergegeven?	Aan	Bewerken
Wie kan dingen op mijn tijdlijn zien?	Controleren wat andere mensen op je tijdlijn zien		Weergeven als
	Wie kan berichten op je tijdlijn zien waarin je bent getagd?	Vrienden	Bewerken
	Wie kan zien wat anderen op je tijdlijn plaatsen?	Vrienden	Bewerken
Hoe kan ik de tags die mensen toevoegen en de tagsuggesties beheren?	Tags controleren die mensen toevoegen aan je eigen berichten voordat de tags worden weergegeven op Facebook?	Aan	Bewerken
	Wanneer je in een bericht bent getagd, welke nog niet toegevoegde gebruiker wil je dan aan het publiek toevoegen?	Vrienden	Bewerken
	Wie ziet tagsuggesties wanneer er foto's worden geüpload die op jou lijken? (Deze functie is op dit moment nog niet beschikbaar voor jou.)	Niet beschikbaar	

Wie kan inhoud aan mijn tijdlijn toevoegen?

Zorg dat je weet wie dingen op je tijdlijn kan plaatsen. Kies daarom voor 'Vrienden'. Zet hier ook je tijdlijncontrole op 'aan' om je tags zelf makkelijk te controleren en te beheren.

Wie kan dingen op mijn tijdlijn zien?

Je kan zelf kiezen wie bepaalde dingen op jouw tijdlijn ziet. We raden algemeen aan om alle zaken die je op je tijdlijn plaatst enkel aan 'Vrienden' te laten zien. Kies daarom ook bij deze twee instellingen voor 'Vrienden'. Enkel als je bijvoorbeeld promotie wil maken voor een bepaald openbaar activiteit zet je een post op 'Openbaar'.

Hoe kan ik tags die mensen toevoegen en de tagsuggesties beheren?

Kies voor het inschakelen van de controle. Je krijgt dan een melding als je getagd wordt in een bepaalde foto en geeft zelf toestemming voordat een getagde foto op jouw tijdslijn verschijnt. Wanneer je bent getagd in een bericht kies er dan voor dat enkel vrienden deze kunnen zien.

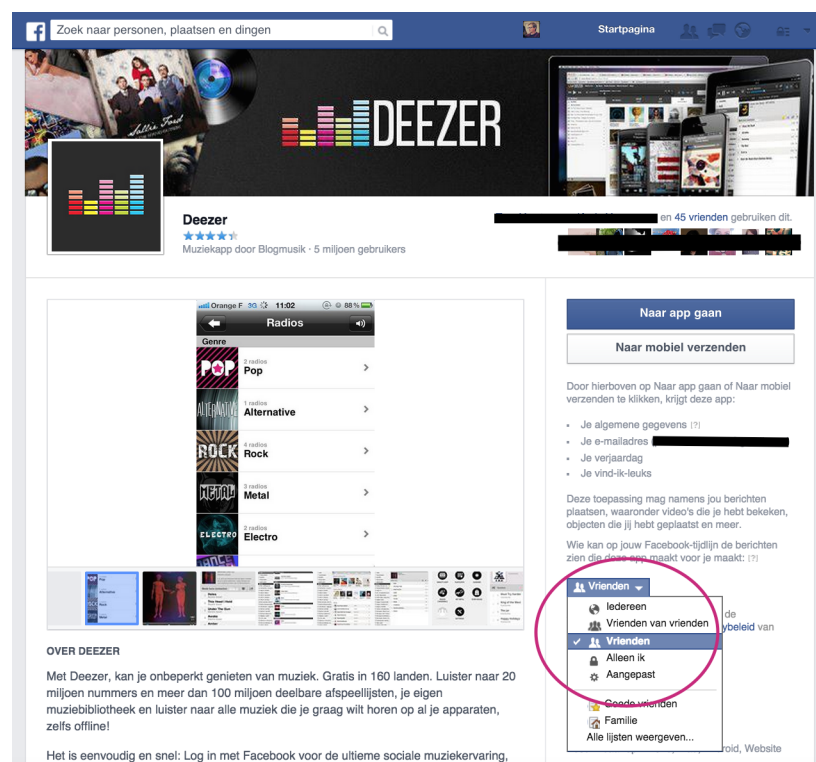
Facebook: Apps & Games

Apps binnen Facebook zijn externe diensten die via Facebook aangeboden worden en die over een aantal van je persoonlijke gegevens beschikken.

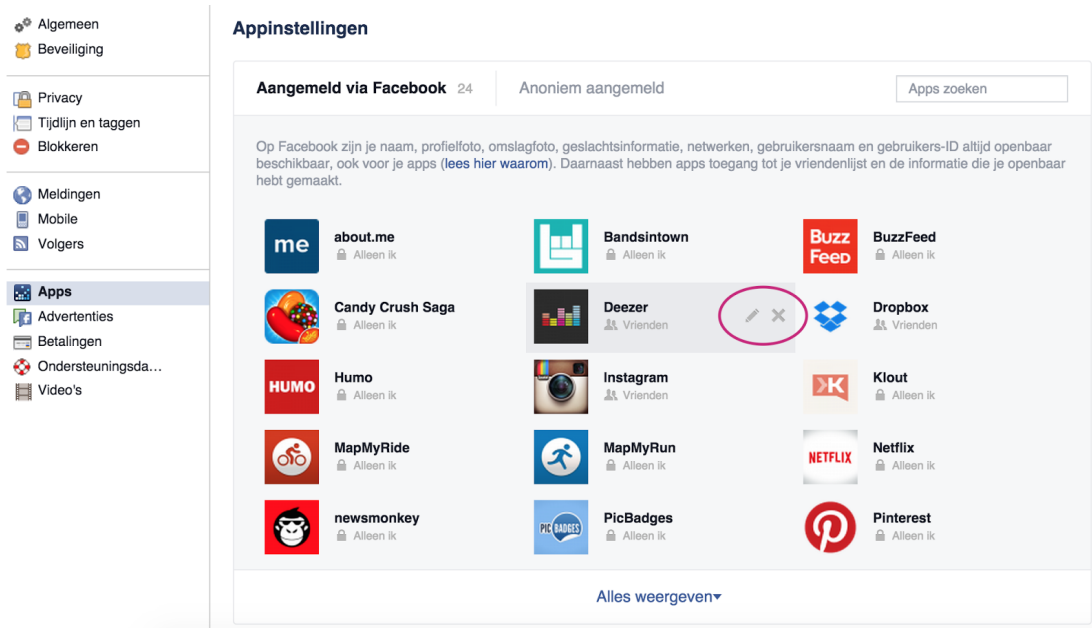
Door een app te installeren, geef je de app toegang tot je openbare gegevens, zoals je naam, je profielfoto's, gebruikersnaam, gebruikers-ID (accountnummer), netwerken en alle andere informatie die je openbaar hebt gemaakt. Bovendien geef je de app andere informatie voor een meer persoonlijke gebruikerservaring, zoals je vriendenlijst, geslacht, leeftijdsgroep en regio. Dit is eigenlijk altijd een voorwaarde om die app te mogen gebruiken.

De officiële uitleg is dat dit is om je ervaringen te personaliseren en je in contact te brengen met je vrienden, maar heel vaak roepen apps ergernis op omwille van de vele meldingen en uitnodigingen die ze versturen in naam van de gebruikers.

Bij het installeren van een app heb je onmiddellijk de keuze voor wie je deze zichtbaar wil. Ook hier heb je opnieuw de keuze uit de vier standaardinstellingen met daarbij ook de keuze 'vrienden van vrienden'

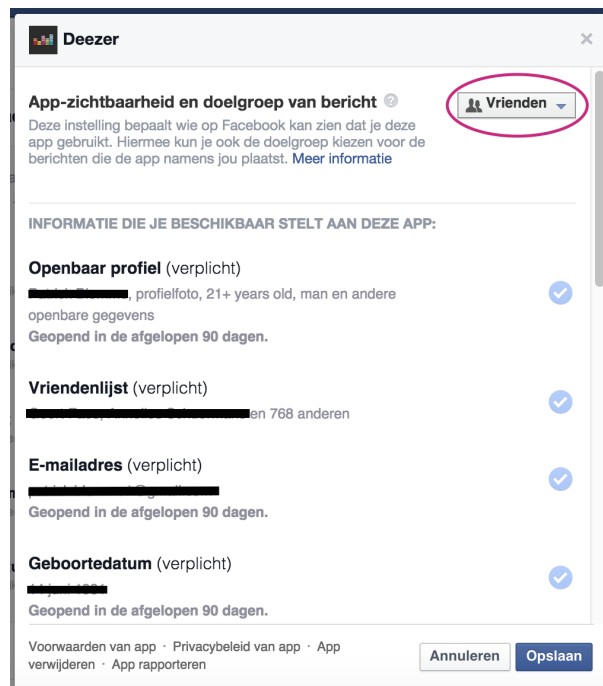


Via  > Instellingen > Apps



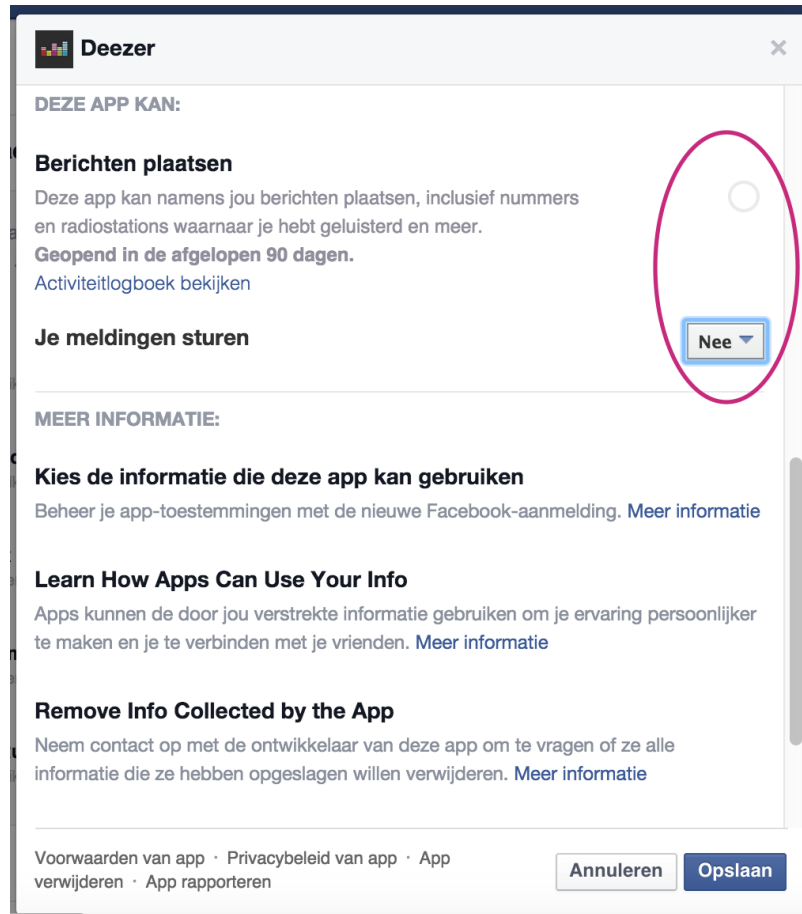
Bij je appinstellingen kan je je apps eigenlijk makkelijk beheren. De regel is eigenlijk vrij eenvoudig:

- Apps die je niet (meer) gebruikt die verwijder je door op de 'X' te klikken en nadien nog eens te bevestigen via 'Verwijderen'.
- Apps die je wel nog gebruikt daarbij klik je op de pen om je instellingen van die app te bewerken (zie onderstaande afbeeldingen)



In het eerste deel kan je opnieuw de zichtbaarheid van de app kiezen. De keuze 'Vrienden' of zelfs 'Alleen Ik' is bij apps een logische keuze.

De informatie die je beschikbaar stelt aan deze app staat standaard aangevinkt en kan je ook niet afvinken.



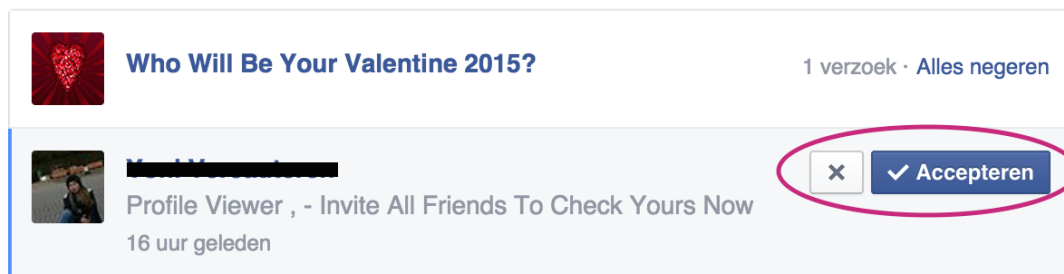
In het tweede deel kan je wel een aantal zaken kiezen:

- **Berichten plaatsen:** Dit kan gaan om zaken die je gedaan hebt binnen de app: scores, nummers die je beluisterd hebt, maar ook uitnodigingen voor de app sturen naar je vrienden. Als je de instelling 'Alleen Ik' koos zou de app dit sowieso al niet mogen doen. Het kan echter geen kwaad dit alsnog af te vinken.
- **Je meldingen sturen:** Dit gaat om info die je zelf bij je meldingen krijgt van de app in je berichtencentrum.
- **Bij Meer Informatie** kan je de apps nog meer in detail beheren.

Startpagina

Via > Games > Activiteit > Uitnodigingen

Uitnodigingen voor Games of Apps worden vaak als zeer storend en vervelend ervaren. Niettemin is het niet de persoon zelf die dit verzoek stuurt, maar de app/game die dit namens die persoon doet zoals je hierboven reeds gezien hebt.



Je kan een app accepteren of negeren. Negeren doe je door op de 'X' te klikken.



Wanneer je voor 'Negeren' gekozen hebt kan je dit zo laten, maar je kan ook nog kiezen tussen twee opties om je aantal uitnodigingen in de toekomst te verminderen:

- Alle verzoeken van ... negeren: in dat geval zal Facebook alle verzoeken van die persoon systematisch tegenhouden.
- ... blokkeren: Facebook zal alle verzoeken voor deze app/game blokkeren

Wanneer je van een app/game een reeks uitnodigingen staan hebt kan je ook kiezen voor 'Alles negeren'. Alle uitnodigingen zullen dan in een keer verwerkt worden en kan je in een keer blokkeren.

Als je bovenstaande werkwijze een aantal weken consequent volhoudt zal je merken dat je op vrij korte termijn het aantal uitnodigingen spectaculair zal zien afnemen.

Een veilig wachtwoord



Opdracht: Via de website www.howsecureismypassword.net kunnen we ons wachtwoord testen. Afhankelijk van hoe sterk het is krijgen we een schermkleur.

Zwak = rood, Sterk = groen, middelmatig = oranje

Wie een groen scherm kreeg geeft een aantal tips aan de anderen voor het aanmaken van een sterk wachtwoord:

- Geen voor de hand liggende namen zoals paswoord, 1234, abcd, Ook geen namen die makkelijk aan jou te linken zijn zoals je eigen naam, je geboortedatum, de naam van je lief, hond of moeder.
- Combineer letter, hoofdletters, cijfers, leestekens en speciale tekens in je wachtwoord.
- Zorg er voor dat je wachtwoord voldoende lang is. Standaard wordt aangenomen dat acht tekens ok zijn, maar meer is altijd beter.

Daarnaast zijn er ook nog een aantal trucjes of hulpmiddelen voor een sterk wachtwoord.

- Je kan een zin nemen en daar alle eerste letters, cijfers en leestekens uit gebruiken. Zo heb je *Ihl1Ddd6evB!*. Dit is eigenlijk de zin: Ik hoor liever 1 Direction dan de 6e van Beethoven!
- Daarnaast kan je ook een shiftritme toepassen op je wachtwoord. Dit is het principe dat je een vast aantal tekens de shifttoets ingedrukt houdt en evenveel niet. Zo wissel je af tot je je volledige wachtwoord getikt hebt. Als we dit toepassen op ons wachtwoord van daarnet met een shiftritme van vier krijgen we *IHLUédd\$EVB8*.
- NSA klokkenluider Edward Snowden gaf onlangs in een interview de tip om de insteek van wachtwoorden te veranderen naar wachzinnen. Hij gaf aan dat het voorbeeld *Margaret-thatcheris110%sexy* een zeer veilig wachtwoord zou zijn. Volgens Snowden zouden zinnestukjes makkelijker te onthouden zijn en moeilijker te kragen wegens de lengte. Bekijk [hier](https://www.youtube.com/watch?v=yzGzB-yYKcc#t=140) het bewuste fragment. (<https://www.youtube.com/watch?v=yzGzB-yYKcc#t=140>)

Tenslotte kan je ook nog even bekijken hoe je veilig moet omgaan met je wachtwoord:

- Geef je wachtwoord aan niemand door
- Schrijf je wachtwoord nergens op
- Zorg dat er niemand kan meelezen wanneer je je wachtwoord intikt
- Opteer voor verschillende wachtwoorden voor de verschillende platformen. Een hulpmiddel daarbij is dat je sterk basiswachtwoord hebt en dat je per platform een letter of afkorting toevoegt gelinkt aan dat platform. Je zet die toevoeging steeds op dezelfde plaats (voor, midden, achter). Zo heb je een verschillende wachtwoord, maar toch ook niet echt en kan je dit makkelijker onthouden.
- Verander regelmatig je wachtwoord. Zeker wanneer je verneemt dat een platform of site waar je een login hebt gehackt is wijzig je best onmiddellijk je wachtwoord.
- Laat nooit wachtwoorden in mails staan of opslaan door je browser.



Tips

- Volg via sociale media De Morgen, De Standaard en/of Newsmonkey. Zij zullen steeds vrij snel nieuws brengen rond updates of vernieuwingen in de privacysettings van de bekende sociale media platformen.
- Maak gebruik van 'Lijsten' binnen Facebook. Lijsten zijn een manier om je vrienden te organiseren. Je kunt lijsten gebruiken om je nieuwsoverzicht te filteren of een update te plaatsen voor specifieke personen, zoals je collega's of vrienden die in de buurt wonen. Bij aanvang vraagt dit wat tijd, maar eens je een voor jezelf goede en overzichtelijke structuur hebt opgezet is dit een zeer groot gemak in gebruik.
- Ga creatief om met je content. Probeer info voor een beperkt publiek bijvoorbeeld cryptisch te omschrijven, wees inventief met je naam,...

Achtergrondinformatie

We geven in dit hoofdstuk al heel wat achtergrondinformatie onmiddellijk mee tijdens de presentatie.

Daarnaast kan je nog heel wat info halen uit het Dossier [Online Privacy](#) van Mediawijs.be en de artikels mét poster [Doorprik je bubble om anoniemer te surfen](#) en [EHBO-kit voor privacy en sociale media](#) (beide gratis te bestellen bij Mediawijs.be)

In de Mediacoach MOOC kan je binnen het luik 'Online identiteit & Privacy' aan de slag met de delen rond [Online privacy & Facebook](#), [Sporen op het net](#) en [Sociale privacy & privacymanagement](#).

Op de website [safeonweb.be](#) vind je ook een heleboel informatie en praktische tips rond veilig online en wachtwoordbeveiliging.

Het 'recht om vergeten te worden': De Europese opvatting van privacy wijkt af van hoe Amerikanen privacy ervaren. Vandaar dat Europa ook duidelijk aan de Amerikaanse bedrijven vraagt om de Europese wetgeving te volgen. Het standpunt in Europa luidt dat je eigenaar bent van de informatie over jezelf. Dat is ook het geval als deze gegevens in een database zijn opgeslagen. Je hebt het recht om die informatie aan te passen en te verwijderen. Een zoekmachine zoekt naar passende resultaten in een database en daarom moet men ook kunnen vragen om resultaten te verwijderen.

Incognito surfen: Browsers zoals Safari, Google Chrome en Firefox voorzien de mogelijkheid om incognito te surfen. Deze incognito modus zorgt ervoor dat er geen cookies worden geplaatst en dat je surfgeschiedenis niet wordt bewaard. Cookies zijn voor internetbedrijven dé manier om informatie over gebruikers te verzamelen. Cookies slaan voorkeuren, paswoorden, bezochte websites op. Sommige bedrijven huren een pagina van een website waarmee ze een cookie op je computer plaatsen.



Zelfevaluatie leerlingen

De leerlingen zijn kennen de privacy instellingen van de verschillende sociale media platformen die ze gebruiken en maken daar doordacht beslissingen rond. Ook over een veilig wachtwoord denken ze kritisch na en handelen ze bedachtzaam.

Bronnen

www.mediawijs.be

<http://mediawijs.be/dossiers/dossier-cyberpesten>

<http://mediawijs.be/dossiers/dossier-auteursrechten>

<http://mediawijs.be/dossiers/dossier-mediawijsheid-op-school>

<http://mediawijs.be/nieuws/mediawijs-online-jongeren-en-sociale-media>

http://mediawijs.be/sites/default/files/wysiwyg/fiche_1_sociaalnetwerken_digi.pdf

<http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy/doorprik-je-bubble-om-anoniemer-te-surfen>

<http://mediawijs.be/dossiers/dossier-online-privacy>

<http://mediawijs.be/nieuws/ehbo-kit-voor-privacy-en-sociale-media>

<http://mediacoach.mediawijs.be/traject/modules/online-privacy>

<http://mediacoach.mediawijs.be/traject/modules/sporen-op-het-net>

<http://mediacoach.mediawijs.be/traject/modules/sociale-privacy-privacymanagement>

<http://mediacoach.mediawijs.be/>

<http://mediacoach.mediawijs.be/traject/modules/aan-de-slag-met-sociale-media-op-school>

<http://mediacoach.mediawijs.be/traject/modules/online-identiteit-privacy>

<http://mediawijs.be/nieuws/mediawijs-online-jongeren-en-sociale-media>

www.apestaartjaren.be

<http://bit.ly/1tjchNA>

www.digimeter.be

www.childfocus.be

www.mijnkindonline.nl

www.mediaopvoeding.nl

www.safonweb.be

www.apestaartjaren.be

www.ond.vlaanderen.be

<http://onderwijs.ikbeslis.be/lespakket>

Bijlage

Socrative - Shut Your Facebook - Mediagebruik bij jongeren

1. Mediabezit - Welke mediatoestellen heb je thuis?
 - TV
 - Laptop
 - Desktop
 - GSM/Smartphone
 - Mobiele gameconsole
 - Vaste gameconsole
 - MP3-speler
 - Tablet
 - E-reader
2. Mediabezit - Zijn er van deze toestellen die exclusief voor eigen gebruik zijn?
 - TV
 - Laptop
 - Desktop
 - GSM/Smartphone
 - Mobiele gameconsole
 - Vaste gameconsole
 - MP3-speler
 - Tablet
 - E-reader
3. Mediabezit - Hoe vaak bel je gemiddeld per dag?
 - Minder dan 1 keer
 - 1 keer
 - 2 keer

- 3 keer
 - Meer dan 3 keer
4. Mediabezit - Hoe vaak mail je gemiddeld per dag?
- Minder dan 1 keer
 - 1 keer
 - 2 keer
 - 3 keer
 - Meer dan 3 keer
5. Mediabezit - In 2012 werden er door jongeren gemiddeld 71 sms'en per dag verstuurd. Was dit aantal in 2014 hoger of lager?
- Meer
 - Minder
6. Mediaconsumptie - Welke 5 websites bezoek je het meest?
7. Mediaconsumptie - Welke online diensten gebruik je?
- Films
 - Muziek
 - Series
 - Games
 - E-books
 - Apps
 - Software en programma's
8. Mediaconsumptie - Betaal je voor deze online diensten?
- Ja
 - Nee
 - Soms
9. Sociale Media - Welke sociale media platformen (met login en wachtwoord) gebruiken jullie actief en vaakst? (minimum 5 - maximum 10)
10. Apps - Wat zijn de apps die je meest gebruikt? (minimum 5 - maximum 10)
11. Apps - Hoeveel apps heb je op je smartphone en/of tablet staan?
- A Minder dan 10
 - B 10 à 20
 - C 20 à 30
 - D 30 à 40
 - E Meer dan 40

12. Apps - Het Vlaamse gemiddelde bij jongeren ligt op 10-20 apps per toestel. Waarom gebruiken jullie zo weinig apps?
13. Sociale media op school - Hoe overleggen jullie over huiswerk?

