



#KEERZIJD E SOCIALEMEDIA

Jacob van Kokswijk

#JACOBVANKOKSWIJK

- MO Staatsrecht: 'Waarde van politiek accord'
- OU Marketing, Massacommunicatie
- MSc Informatica 'Impact of Voice Response'
- LL.M. Rechten: 'Social & Legal aspects of Digital Ego'
- PhD: 'Architectuur van een Cybercultuur' 2003
- UHD bij Universiteit Twente tot medio 2008
- Hoogleraar HMI in Daegjeon/Seoul 2005-2009
- Hoogleraar Virtualisatie in Leuven 2008-2011
(emeritus sinds 2012 > creative technology)



Sociale Media

#WAARHEBBENWEHETEIGENLIJKOVER

#MISVERSTANDEN $x \neq y$

- Internet
- World Wide Web
- Anytime, Anywhere, Anyhow : Always On
- Always Connected
- Online Platformen
- Web 2.0
- Sociale Netwerken
- Social Media
- Virtuele Netwerken

#SOCIALMEDIA vs #SOCIALNETWORKS

- Social Networking Site #SNS is online platform met DIY openbare gebruikersprofielen die communiceren met andere site-gebruikers, waarmee ze zich al dan niet privé verbinden.
- SNS's zijn profiel, thema of cultuur gericht .
- Social Media Site #SMS is een sociaal netwerk, gecombineerd met middelen om allerlei online content te delen. Primair doel is content delen.

#VOORBEELDEN

- *Fotosites:* [Flickr](#), [Picasa](#), [Instagram](#), [Pinterest](#), [Photobucket](#), [500px](#), [Snapchat](#)
- *Microblogs:* [Twitter](#), [Tumblr](#)
- *Social Bookmarking:* [Delicious](#)
- *Social Networking (communitysites):* [Facebook](#), [VKontakte](#), [Google+](#), [Netlog](#)
- *Social Networking voor zakelijk gebruik:* [LinkedIn](#), [Xing](#)
- *Social Newssites:* [Digg](#), [Indymedia](#)
- *Weblogs:* [Blogger.com](#), [Wordpress](#), [Blogspot](#)
- *Videosites:* [YouTube](#), [Dailymotion](#), [Vimeo](#), [Vine](#)
- *Datingsites:* [Badoo](#), [Twoo](#)
- *Muzieksites:* [SoundCloud](#)

#SOCIAALBEJAARD

- WorldWideWeb *1991 is een sociaal netwerk
- Six Degrees *1997 is 1e commerciële netwerk
- Facebook *2004 is voor senioren en de koning
- **Sociale Media** zijn een groep internet-applicaties die gebruik maken van de ideologie en de technologie van Web 2.0. en de creatieve uitwisseling van User Generated Content
(Definitie: Kaplan-Heanlein, *2010)



DE KEERZIJD E VAN SOCIALE MEDIA

#WEWETENHETEIGENLIJKWEL



Nadelen van 'sociaal' bezig zijn op Internet:

Bron: RTL 1-10-2013

- Het gebrek aan privacy. Zaken op sociale media zetten die niemand iets aangaan
- Iedereen is altijd zichtbaar. Alle vrienden kunnen zien wanneer je online bent
- Te veel informatie krijgen door sociale media
- Het leidt af
- Het is verslavend en soms vermoeiend
- Het veroorzaakt 'studie-ontwijkend gedrag'
- Je buitengesloten voelen als je geen sociale media hebt, of niet online bent. Dan weet je niet waar anderen het over hebben.
- Soms ook gebruikt als middel om iemand mee te pesten
- Sociale media geven andere werkelijkheid. Mensen schrijven alleen leuke dingen
- Minder persoonlijk contact doordat je alles al via WhatsApp vertelt
- Minder bezig zijn met je omgeving, alleen met je telefoon
- Druk om meteen te reageren, ook 's nachts. Omdat je kunt zien wanneer iemand voor het laatst online was. Leidt ook tot conflicten: 'Is er wat, dat je niet reageert?'

#ALWAYS CONTROLLED

1

- Je digitale status of actie is 24x7 bekend, met name op sociale netwerken, en wordt gemeld aan 'vrienden' maar is ook zichtbaar/opvraagbaar voor onbekenden (stalkers, overheid, bedrijven, criminelen)
- Je gaat leven naar de 'bewaking'.
- Technology is developed to support human but is used to report about human TMA Bemelmans

'The Internet of Things and the boundaries of humanity' 29 October 2013 Cambridge University

- 'Do we control technology or does technology control us?'
Hoe kunnen we ervoor zorgen dat in een tijdperk van ongekende technologische vooruitgang en vertrouwen, de kenmerken die ons mens maken niet verloren raken?

#CULTUURWISSER

2

Sociale Media richten zich op uitzenden in plaats van luisteren, en wissen de cultuur.

"Als we onttrekken uit echte sociale dingen, en als we ons terugtrekken in lui consumeren van andermans ideeën, muziek, films en boeken, om ze snel door te zenden aan anderen, lijken we meer en meer bezig zijn met onszelf uitzenden. En dat is diep narcistisch en uiteindelijk niet goed nadenken over onszelf als individu of collectief als soort. We raken zo cultuurloos." vindt Andrew Keen in Digital Vertigo (2009)

Geen begrip van natuurlijke tijd en plaats schaadt onze gezondheid

De invloed van sociale en culturele variabelen (zoals kritieke fasen in de levensloop en blootstelling aan meerdere plaatsen) heeft invloed op onze gezondheid. Vgl. 'Facebook timeline' en Waar ik inlog is mijn vaderland' "Genes, Behavior, and Social Environment: Moving Beyond the Nature' 2006

#VERHUFTERING

- Sociale media leiden tot alle-remmen-los, en ‘verhuftering van de maatschappij’ door laagdrempelig platform, nauwelijks toezicht en vermeende anonimiteit.
- Online-identiteit is masker voor afpersing, gedwongen sex, uiten van dreigementen, kwaadspreken, online pesten, cybergeilen
- Cyber-bullying heeft incidenteel geleid tot zelfverminking en zelfmoord.

#DIGITALE DEMENTIE

4

- **‘Sociale Netwerken maken je dom. Ze zorgen voor vervroegde dementie’.** M.Spitzer,2013
- Continue gebruik van digitale sociale media brengt zichtbaar schade toe aan de hersenen.
- Het zorgt ervoor dat een belangrijke deel van het geheugen (de synergie tussen motorische, cognitieve, sociale vaardigheden) ongetraind blijft en daardoor letterlijk verschrompelt.
- De verbinding tussen werk en lange termijn geheugen gaat meetbaar achteruit.

#SOCIALBESITAS

5

- **'Sociale media maken je dik'** , is de conclusie van het obesitas2014congres in Kuala Lumpur.
- Kinderen die tot 's avonds laat nog met sociale media bezig zijn, lopen meer kans op obesitas.
- Slaaptekort leidt tot alarmerende groei van het aantal dikke kinderen.
- Tot het 25ste levensjaar is >9 uur slaap nodig.

#WAARWASJEGISTEREN

- Sociale media bieden mogelijkheden om elkaar te volgen, en verstoren relaties door gebruik surveillance bij onzekerheid en verlatingsangst.
- Interpersoonlijke elektronisch toezicht (IES) van romantische partners onderzocht op hechtingsstijl en relationele onzekerheid.
- Hechtingsstijl is bepalend voor gebruik IES.
- Relationele onzekerheid is geen factor.

#CONTACTANGST

- **Online contact via sociale media verhoogt de drempel naar real life contact**
- Sociale angst en prikkelbaarheid bij fysieke ontmoeting na blootstelling aan Facebook.
- Na virtuele ontmoeting drempel hoger bij een face-to-face ontmoeting, in het bijzonder voor mensen met hoge sociale angst.
- De fabel dat online contact de drempel naar real life contact verlaagd lijkt daarmee ontkracht. De OL beeldvorming klopt niet IRL.

#LEVENVOORDE LIKES



- **Hoe meer gebruik van Facebook, hoe ongelukkiger de gebruikers zich voelen.**
- Het gebruik van FB heeft direct effect op hoe jongeren zich voelen en hoe tevreden ze zijn met hun leven.
- Sociale media laten je veel meer vergelijken met jezelf.
- De huidige staat van welzijn heeft geen invloed op de activiteit op Facebook.
- Jongeren worden in het algemeen niet ongelukkig van sociaal contact. Door te vragen naar de mate van 'echt' contact (face-to-face en telefoongesprekken) bleek ze daar zelfs gelukkiger van worden. Sociale media leiden wel af in sociaal contact.

#HUMEURVERSPREIDER

9

- Het goede / slechte humeur van mensen wordt verspreid via sociale netwerken als Facebook.
- Wie een positieve statusupdate op het netwerk plaatst, veroorzaakt gemiddeld nog eens 1,75 extra positieve posts van vrienden.
- Als het in een stad regent, zorgt dat voor 1,19 procent minder positieve berichten en 1,16 procent meer negatieve berichten.
- De humeur-status is grootser dan echte humeur

#FOTOCOPYCAT

10

- Foto's bekijken op sociale media verlaagt je zelfbeeld en tevredenheid over jezelf.
- Vergelijken met mensen die online mooier/meer succesvol lijken.
- Verhoogde ontevredenheid over gewicht, afvallen voor slankheid, ideaal om dun te zijn, en verlaagde zelf-objectivering.
- Gebruiksduur van sociale media maakt niet uit

#ZELFMOORDSTIMULATOR

11

- Soort zoekt soort op sociale netwerken leidt tot meer depressie en/of copycat suïcide.
- Overvloed aan online-contacten en Gebrek aan echte 'ankers' zijn bepalend.
- Kenmerken als leeftijd en geslacht dragen weinig bij aan zelfmoordgedachten.

#PSYCHOINDICATOR

12

- Veelvoudig, bijna dwangmatig op sociale media zijn is bij 18+ indicatie voor psycholoog.
- Mate van extraversie, mildheid, ordelijkheid, emotionele stabiliteit, en intellectuele autonomie (Big Five) bepaalt het risico.
- Openheid voor ervaringen, onbaatzuchtigheid, en consciëntieusheid zijn co-factoren.
- Leeftijd, geslacht, opleiding/beroep, inkomen en vrijetijdsbesteding spelen minimale rol bij dwangmatig gebruik van sociale media.

#WATJETWEETISHOEJEBENT 13

- **Wat je 'post', is hoe je bent/doet. Werkgevers destilleren je persoonlijkheidskenmerken.**
- Werknemers en sollicitanten die vaak gebruik maken van sociale media voor persoonlijke communicatie bieden een "ongefilterde" beeld voor directe waarneming van hun sociale communicatie door de (a.s.) werkgever.
- **Analyse toont kwaadsprekerij, fraude en gebruik alcohol en drugs.**

#WIEJELINKT = #WIEJEN**KT 14

Facebook houdt bij wie de liefde bedrijven.

- Door diverse indirecte connecties tussen gebruikers te analyseren, kan Facebook veel beter inschatten wie een liefdesrelatie of andere belangrijke band hebben. Die informatie kan worden gebruikt om bepaalde berichten prominenter weer te geven.

#KILLYOURSECONDLIVE

15

- Sociale media leiden vaker tot digitale zelfmoord, dan bij andere online media.
- Facebook-stoppers zijn gewetensvoller en bewuster van hun privacy dan FB diehards.
- Wat is belangrijker: de grip op je echte leven? Of de credits/scores van je virtuele identiteit?

#ONETHISCHHANDELEN

16

- **Sociale media dragen bij aan verminderd ethisch handelen op het werk**
- Het tolerantieniveau voor twijfelachtige gedrag op het werk is toegenomen.
- Het vaker over sociale netwerken delen van informatie die ooit werd beschouwd als 'prive' of 'bedrijfsgeheim'.
- Werknemers hebben minder vertrouwen in hun eigen vermogen om ethische situaties om te gaan.

#VERSLAVING

17

- **De smartphone wordt 24x7 'online' gehouden**
- **Iets duurs kopen om te pronken op Facebook**
- Steeds meer mensen kunnen niet meer zonder sociale media en verliezen de grip op hun leven.
- Net als bij gameverslaving krijgen die mensen grote sociale problemen en heftige ontwenningsverschijnselen als zij geen gebruik meer maken van die media.
- **Koopziekte: Mensen met sociale media verslaving schaffen vaak onnodig dure spullen aan en tonen die met foto's op Facebook e.d. om 'erbij te horen'**
(Instituut voor verslavingsonderzoek IVO)

#WATJEPOSTBENJEKWIJT

18

- **Alles wat je upload, is niet meer van jou.**
- Al jouw content op sociale media wordt publiek eigendom en wordt misbruikt door de commercie door verkoop aan anderen, die daarmee met slinkse advertenties jouw gedrag en dat van je 'vrienden' beïnvloeden.
- Juridisch is dit legaal: je hebt namelijk telkens op de vinkjes 'yes' geklikt bij het aanmelden (de eenzijdig aan-te-passen gebruiksvoorwaarden).
- Mocht het illegaal zijn...de exploitant zit ver weg

#SOCIALMEDIASUCK

19

- **Sociale media leiden tot hogere datarekeningen dan je zelf aan data gebruikt**
- Bijv. Facebook-app jaagt gebruiker op kosten door allerlei bandbreedte-vretende reclame toe te voegen aan je profielpagina/timelines, en door stiekem informatie te versturen over de dataverbinding, o.a. om te achterhalen wat je surft en klikt. Ook Pinterest sucks super.

#ALLESISGEKOPIEERD

20

- **Sociale media kennen geen recht om vergeten te worden.**
- Alle uitingen op sociale media liggen vast.
- Verkeerd gebruik leidt tot grote reputatieschade
- Verkeerde uitingen zijn zichtbaar voor anderen en eindeloos traceerbaar op internet.
- Doe je iets verkeerd, dan heb je kans dat dit ook breeduit wordt besproken door anderen op internet. Het kan je je baan kosten.
- Delen van content waarvan je nu geen kwaad ziet, kunnen later tegen je gebruikt worden. Bijv. bij een sollicitatie.

#PARASITEREN

21

- Het traditionele terugverdienmodel klopt niet.
- Sociale media hebben geen ROI voor de exploitanten. Ze klaplopen op goedgegelovigheid van gebruikers en adverteerders, en hun enige bron van inkomsten is het verkopen van andermans gegevens, gedrag en gedachtegoed.
- **Persoonlijke informatie is het nieuwe goud. Ten koste van jullie, van mij, van ons allemaal.**



Basistekst en lijst wetenschappelijke artikelen nu te downloaden van www.kokswijk.com/agenda

Reacties aan kokswijk@msn.com

#BEDANKTVOORDEAANDACHT

#DigiDomDank aan Rik Lemmers, Robert Overweg (Triple-IT) + Bart van Oefelen (Effenaar)