

Het internet en onze samenleving

collegereeks door A. M. (Marthe) Möller

voor stichting [Oud Geleerd Jong Gedaan](#), 2017/2018



Overzicht

College 1: De opkomst van het internet

College 2: Sociale media

College 3: Het internet en de politiek

College 4: Leren van het internet

Het internet en onze samenleving

Het internet is tegenwoordig bijna niet meer weg te denken uit onze maatschappij. Maar waarom wordt het zoveel gebruikt en wat zijn de mogelijke gevolgen daarvan? In de reeks 'Het internet en onze samenleving' bespreken we de opkomst van het internet en haar rol in onze samenleving. In het eerste college bespreken we de opkomst van het internet. Daarnaast bekijken we hoe het internet verschilt van andere media, zoals de televisie. In het tweede college richten we ons op sociale media. Wat zijn dit precies? Worden mensen beïnvloed door sociale media? In het derde college kijken we naar de invloed van het internet op de politiek. Kan het internet de politieke betrokkenheid van mensen vergroten? Wat is nepnieuws eigenlijk? In het laatste college bekijken we wat wij kunnen leren van het internet. Aan het einde van deze reeks heeft u een beeld van de rol die het internet speelt in onze maatschappij en van de voor- en nadelen die het met zich meebrengt.

Samenvatting

1. Inleiding

In deze collegereeks kijken we naar een nieuw medium, namelijk het internet. We richten ons daarbij voornamelijk op een specifiek deel van het internet, namelijk sociale media.

In vier colleges zullen wij een antwoord proberen te vinden op de volgende vragen:

1. Wat is het internet?
2. Wat zijn sociale media?
3. Wat is de rol van het internet (en met name van sociale media) in onze samenleving?

2. Een korte geschiedenis van media

Een medium is iets dat een boodschap weergeeft, zoals een krant of een radio.

Mensen maken al zeer lange tijd gebruik van media, bijvoorbeeld door het schrijven van brieven. De brief is in dit geval het medium. Sinds de opkomst van de boekdrukkunst is het mogelijk om media te creëren die een boodschap aan zeer veel mensen kunnen verspreiden, zoals pamfletten. Dit noemen we massamedia. Een voorbeeld van een massamedium dat tegenwoordig veel wordt gebruikt, is de televisie.

Traditionele media (bijvoorbeeld televisie, radio en krant) hebben drie belangrijke eigenschappen:

1. Een kleine groep mensen bepaalt welke boodschap wordt uitgezonden
2. De inhoud van de boodschap staat vast (d.w.z.: de gebruikers van het medium kunnen de boodschap niet aanpassen)
3. Het moment waarop de boodschap verspreid wordt, staat vast

3. Het internet

Het internet is een relatief nieuw medium. Vanaf begin jaren '90 werd het door steeds meer mensen gebruikt. Vanaf dat moment spreekt men ook wel van het World Wide Web. Het World Wide Web is een op het internet gebaseerd systeem waarbij iedereen materialen kan delen en opzoeken. Deze materialen kunnen bestaan uit tekst, beeld (foto's of video's) en geluid. De termen 'internet' en 'World Wide Web' worden vaak door elkaar gebruikt.

Het World Wide Web heeft drie belangrijke eigenschappen:

1. Iedereen kan inhoud toevoegen
2. De inhoud is veranderlijk
3. Mensen kunnen de inhoud raadplegen wanneer zij maar willen

Samengevat

Als we traditionele media vergelijken met het internet, zien we drie belangrijke verschillen:

Traditionele media

1. Een kleine groep mensen bepaalt welke boodschap wordt uitgezonden
2. De inhoud van de boodschap staat vast
3. Het moment waarop de boodschap verspreid wordt, staat vast

Het internet

1. Iedereen kan inhoud toevoegen
2. De inhoud is veranderlijk
3. Mensen kunnen de inhoud raadplegen wanneer zij maar willen

Door deze verschillen speelt het internet een andere rol in de samenleving dan traditionele media.

4. Sociale media

Sociale media zijn websites waarop gebruikers zichzelf kunnen presenteren door het maken van profielen. Die profielen zijn een soort online, informele Cv's. Ze bevatten informatie over de gebruiker, zoals haar naam, woonplaats, interesses of werk. Via berichten kunnen gebruikers hun netwerk op de hoogte houden van hun leven.

Gebruikers van sociale media kunnen hun profiel linken aan de profielen van andere gebruikers. Daarom worden veel sociale media ook wel sociale netwerk sites (SNS) genoemd.

5. Waarom worden sociale media zo veel gebruikt?

In landen waar de meeste mensen toegang hebben tot het internet worden sociale media zeer veel gebruikt. Dit komt door twee factoren: gebruikers van sociale media en sociale media zelf.

5.1 Gebruikers van sociale media

Mensen gebruiken media om hun behoefte aan menselijk contact te vervullen¹. Met name jongeren gebruiken sociale media om te experimenteren met hoe ze zichzelf willen presenteren en om te ontdekken bij welke sociale groepen ze horen. Ook kan het hen helpen om onzekerheden weg te nemen bij het communiceren met anderen.

Omdat er constant interactie is via sociale media, ervaren sommige mensen een druk om altijd actief te zijn op sociale media. Ze zijn bang dat ze anders dingen missen². Deze angst kan versterkt worden doordat sociale media ten alle tijden gebruikt kunnen worden, bijvoorbeeld met een mobiele telefoon.

¹ Rubin, A. M. (2009). Uses-and-Gratification perspective on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (532-550). New York: Routledge.

² Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111-119.

5.2 Sociale media

Sociale media zelf hebben ook redenen om mensen gebruik te laten maken van hun diensten. Dat komt door hun verdienmodel. Een profiel maken op een sociaal medium is (bijna altijd) gratis. Sociale media verdienen hun geld voornamelijk door reclame.

Als mensen een sociaal medium bezoeken, zien ze niet alleen berichten die anderen gedeeld hebben, maar ook veel reclames. Omdat de gebruikers van sociale media veel informatie over zichzelf beschikbaar maken als ze hun profiel maken, kunnen sociale media hun reclames zeer goed aanpassen aan de gebruiker. Zo krijgen vrouwelijke gebruikers bijvoorbeeld vaker reclames te zien voor make-up en mannelijke gebruikers juist reclame voor mannenkleding. Zo kunnen sociale media veel geld vragen van bedrijven voor het plaatsen van reclames.

Sociale media stimuleren dat mensen gebruik blijven maken van hun diensten. Dit is goed voor hun omzet: hoe meer mensen een sociaal medium gebruiken, hoe meer mensen de reclames zien. Sociale media stimuleren het gebruik van hun site door mensen meer berichten te laten delen en hun netwerk uit te laten breiden.

Samengevat

Via sociale media kunnen mensen online met elkaar communiceren. Ze doen dat door profielen te maken waarin ze zichzelf presenteren.

Mensen gebruiken sociale media omdat deze hun behoeften aan, onder andere, het verkennen van hun identiteit vervullen.

Daarnaast stimuleren sociale media dat mensen gebruik blijven maken van hun diensten, omdat ze dan geld kunnen blijven vragen van bedrijven die reclames willen verspreiden via sociale media.

6. Sociale media en politiek

Doordat ze zo veel gebruikt worden, hebben sociale media invloed op onze maatschappij, bijvoorbeeld op de politiek.

6.1 Politieke betrokkenheid en participatie

Een grote groep gebruikers van sociale media wordt gevormd door jongeren. Vergeleken met andere leeftijdsgroepen hebben jongeren vaak een lage interesse in de politiek³. Via sociale media kunnen politieke partijen deze groep toch bereiken. Het gebruik van sociale media kan dan ook tot een grotere politieke betrokkenheid onder jongeren leiden⁴. Daarnaast worden sociale media soms gebruikt om mensen actief aan te zetten om te gaan stemmen voor verkiezingen. Door mensen te wijzen op het feit dat hun vrienden al gestemd hebben, wordt de kans dat zij zelf ook gaan stemmen, groter⁵.

6.2 Filterbubbels

Via sociale media wordt nieuws op twee manieren verspreid:

1. Nieuworganisaties en politieke partijen verspreiden hun nieuws
2. Gebruikers van sociale media verspreiden nieuwsberichten

Gebruikers van sociale media zien alleen berichten van profielen waar ze een link mee hebben gecreëerd. Ze zien daarom alleen nieuws van nieuwsorganisaties en politieke partijen die ze kennen en die informatie bevatten die hun ideeën bevestigt.

³ Fieldhouse, E., Tranmer, M., & Russell, A. (2007). Something about young people or something about elections? Electoral participation of young people in Europe: Evidence from a multilevel analysis of the European Social Survey. *European Journal of Political Research*, 46(6), 797–822.

⁴ Xenos, M., Vromen, A., & Loader, B. D. (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*, 17(2), 151-167.

⁵ Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J. J., Kramer, A. D., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295-298.

Gebruikers van sociale media zien ook nieuwsberichten die bekenden uit hun netwerk hebben gedeeld. Omdat mensen binnen hetzelfde netwerk vaak vergelijkbare interesses hebben, zorgt dit ervoor dat ze nieuws zien met steeds dezelfde onderwerpen.

Op deze manier kunnen sociale media 'filterbubbels' creëren: digitale omgevingen waarin alleen nieuws voorkomt dat gaat over een select aantal onderwerpen en dat gebruikers' ideeën bevestigt. Hierdoor komen gebruikers niet in aanraking met andere standpunten of onderwerpen.

6.3 Nepnieuws

Op het internet kan iedereen nieuwsberichten verspreiden. In tegenstelling tot bijvoorbeeld krantenberichten, worden de kwaliteit en de betrouwbaarheid van online nieuwsberichten niet gecontroleerd. Dit kan leiden tot nepnieuws: berichten die lijken op nieuwsberichten, maar die niet gebaseerd zijn op de (volledige) werkelijkheid of die onwaarheden presenteren.

Samengevat

Het internet en sociale media beïnvloeden de politiek:

1. Door jongeren te informeren over de politiek, kunnen sociale media hun politieke betrokkenheid vergroten. Daarnaast kunnen sociale media mensen stimuleren om te gaan stemmen door te vertellen dat anderen ook gestemd hebben.
2. Nieuwsberichten die verspreid worden via sociale media behandelen vaak dezelfde onderwerpen en bespreken deze op een vergelijkbare manier. Dit wordt aangeduid met de term 'filterbubbel'.
3. Iedereen nieuws kan verspreiden via het internet. Deze berichten worden niet gecontroleerd op betrouwbaarheid en kwaliteit. Dit kan leiden tot 'nepnieuws'.

7. Leren van het internet en sociale media

Het internet en sociale media kunnen gebruikt worden om te leren. Dit kan zowel op individueel niveau als meer algemeen.

7.1 Leren van het internet en sociale media: individuen

Een belangrijke factor van leren, is motivatie. Motivatie kan vergroot worden als mensen a) uitgedaagd worden, b) terugkoppeling (feedback) krijgen en c) samenwerken.

Omdat het internet en sociale media gebruikmaken van de informatie die gebruikers geven, kunnen ze hun inhoud aanpassen aan de gebruikers. Online spelletjes worden bijvoorbeeld moeilijker als een gebruiker vaak het goede antwoord geeft, maar ze geven meer uitleg en terugkoppeling als een gebruiker veel fouten maakt. Zo kunnen ze een persoonlijke leeromgeving creëren. Sociale media kunnen daarnaast een sociale leeromgeving creëren door gebruikers aan elkaar te koppelen en samen te laten werken.




7.2 Leren van het internet en sociale media: samenleving

De informatie over wat gebruikers op het internet gedaan hebben, kan gebruikt worden om te leren over de samenleving. Door patronen te ontdekken in het online gedrag van mensen, kunnen we voorspellingen doen over het leven buiten het internet. Zo kunnen we bijvoorbeeld het uitbreken van een griep epidemie voorspellen als we zien dat veel mensen binnen een gebied symptomen van de griep opzoeken op het internet.

Samengevat

Omdat het internet kan zorgen voor een uitdagende, interactieve omgeving waarin mensen kunnen samenwerken, is het een geschikt medium om mensen dingen te leren. Daarnaast kunnen we door het internet leren over onze samenleving door patronen te zoeken in het online gedrag van mensen.

Overzicht sociale media

<i>Naam</i>	<i>Oprichtingsjaar</i>	<i>Concept</i>
LinkedIn 	2003	Dit sociale medium is specifiek gericht op het onderhouden van zakelijke contacten. Werkgevers kunnen vacatures plaatsen op deze site. Gebruikers kunnen een profiel maken waarop ze hun werkgever(s), hun vaardigheden en hun opleidingen presenteren. De inhoud van deze profielen is soms openbaar en soms alleen zichtbaar voor mensen waarmee de eigenaar een connectie heeft gemaakt – dit hangt af van wat de eigenaar heeft ingesteld.
Facebook 	2005	Gebruikers kunnen berichten, foto's en video's plaatsen op hun profiel. Daarnaast kunnen ze links naar webpagina's delen op hun profiel. De inhoud van een Facebookprofiel is meestal alleen zichtbaar voor mensen met wie de eigenaar van het profiel een vriendschapslink heeft gemaakt, maar men kan ook aangeven dat de inhoud van een profiel voor iedereen zichtbaar is.
Twitter 	2006	Gebruikers kunnen korte berichten (Tweets) van maximaal 280 tekens op hun profiel plaatsen. Tenzij de gebruiker anders aangeeft, zijn deze profielen en hun inhoud openbaar. Dit sociale medium wordt veel gebruikt door nieuwsorganisaties om hun publiek snel op de hoogte te brengen van nieuws.

Whatsapp



2009 (sinds
2014 eigendom
van Facebook)

Met dit sociale medium kunnen gebruikers berichten naar elkaar versturen op hun telefoon via het internet – het is een goedkoop alternatief voor het versturen van een sms. Whatsapp biedt ook de mogelijkheid om groepen te creëren. Op deze manier kan een gebruiker een bericht met meerdere mensen tegelijk delen.

Instagram



2010 (sinds
2012 eigendom
van Facebook)

Gebruikers kunnen foto's of korte video's (van maximaal 60 seconden) op hun profiel plaatsen en deze zo delen met hun volgers. Net als bij Twitter kan de eigenaar van een profiel in de eerste instantie niet bepalen wie zijn/haar profiel volgt – iedereen kan zijn/haar profiel volgen en dan de inhoud van het profiel zien, tenzij de eigenaar dit anders instelt.

SnapChat



2011

Gebruikers kunnen foto's naar mensen in een lijst van contactpersonen versturen. Deze foto's zijn maar even (maximaal 10 seconden) zichtbaar voor de ontvanger. De foto's die verstuurd worden via SnapChat zijn alleen zichtbaar voor de ontvanger en ze zijn niet openbaar. Wel kan de ontvanger, gedurende de tijd dat de foto voor hem/haar zichtbaar is, de foto opslaan en daarna eventueel met anderen delen.