

secundair onderwijs



LESPAKKET

ONLINE INVLOEDEN



Inhoud

Inleiding	03
Methodieken	
Methodiek 1 De emoji-checker	04
Methodiek 2 Eén tegen allen: online editie	07
Methodiek 3 #Influenced (of toch niet?)	10
Methodiek 4 Een wereld zonder sociale media	16
Methodiek 5 In de schoenen van een influencer	21
Methodiek 6 Welke emotie roept deze meme op?	29
Methodiek 7 Bubbels en konijnen	35
Eindtermen	38

Inleiding

Welkom in het lespakket Online invloeden voor het secundair onderwijs. Met deze lessen ontdek je samen met je leerlingen hoe sociale media hen kunnen inspireren maar ook misleiden. Je onderzoekt wat online beïnvloeding is en hoe online subculturen werken. Op deze manier leren ze bewust omgaan met wat ze zien, delen en beleven.

Hoe gebruik je dit lespakket?

Het lespakket online beïnvloeding bestaat uit twee onderdelen:

- Methodieken die jongeren doen nadenken over online beïnvloeding en hen aanzetten om hierover in gesprek te gaan
- Presentaties met voorbeelden en antwoorden

Op zoek naar extra informatie en voorbeelden? Lees de artikels of check de woordenlijst op mediawijs.be. Deze kunnen je helpen om vlotter het gesprek met je leerlingen aan te gaan. Praat eventueel ook vooraf met collega-leerkrachten om te peilen naar hun ervaringen en inzichten.

Je hoeft niet alle methodieken te gebruiken. Sommige zijn laagdrempelig en ideaal om mee te beginnen, andere vragen meer tijd. De moeilijkheidsgraad wordt aangeduid met sterretjes: ★ is eenvoudig, ★★★ is uitdagender.

Lesgeven over deze thema's vraagt een diepgaande aanpak gedurende het volledige schooljaar in verschillende vakken. De methodieken zijn bedoeld om het gesprek centraal te zetten. Bij elke oefening vind je richtvragen die je helpen om het debat op gang te brengen. Heb je weinig tijd? Gebruik dan enkel de richtvragen om toch een waardevolle klassikale dialoog te voeren. Zorg ervoor dat leerlingen hun ervaringen kunnen delen, andere perspectieven verkennen, en erover leren reflecteren. Als leerkracht is het belangrijk om te luisteren naar wat leerlingen vertellen zonder een oordeel te vellen.

Dit lespakket kwam tot stand in samenwerking met

Djapo, Het Archief voor Onderwijs, MoveMen, Pimento, RoSa vzw, VRT, Wat Wat en Netflix.

Methodiek 1

De emoji-checker

Level ★

Werkvorm Schrijfpdracht over emoji's

In online subculturen worden emoji's en beelden vaak gebruikt als codetaal. In deze oefening ontdekken leerlingen hoe emoji's verschillende betekenissen kunnen krijgen en welke impact ze kunnen hebben.

Leerlingen tekenen elk hun favoriete emoji en noteren eronder wat die voor hen betekent. Daarna wordt het blad doorgegeven aan twee klasgenoten, die elk hun eigen interpretatie toevoegen. Vervolgens bespreekt de klas de verschillende betekenissen en hoe context de boodschap beïnvloedt.

Tijd

30 minuten

Benodigdheden

- Powerpoint met voorbeelden
- Papier
- Tekenmateriaal (stiften, kleuren, kleurpotloden, verf ...)
- Toestel om emoji's op te zoeken (optioneel)

Doel

- Leerlingen verkennen en bespreken de verschillende betekenissen van emoji's.
- Leerlingen reflecteren over de betekenis van een emoji in verschillende situaties bij zichzelf en anderen.

Oefening

Stap 1

- Verdeel de klas in groepjes van drie. Geef elke leerling een A4-blad dat ze rechtop voor zich leggen.
- Bovenaan tekenen leerlingen hun favoriete emoji.
- Daarna noteren ze de betekenis onderaan het blad. Let op: er moet witruimte zijn tussen de tekst en de tekening.
- Elke leerling vouwt de strook met de emoji-betekenis achter de tekening. Zoals een accordeon: de emoji blijft zichtbaar, de tekst niet meer.

Stap 2

- Het blad schuift door naar leerling twee.
- Op de overige witruimte schrijft deze leerling opnieuw de betekenis van de emoji.
- Vervolgens vouwt de leerling de papierstrook met de emoji-betekenis achter de tekening, zoals een accordeon.

Stap 3

- Het blad schuift een laatste keer door naar leerling drie. Deze leerling noteert opnieuw de betekenis van de emoji onder de tekening.
- Verzamel alle papieren.

Stap 4

- Leerlingen bespreken binnen hun groepje de betekenissen.
- Zijn er verschillen of gelijkenissen op te merken?

Stap 5

- Bespreek de oefening klassikaal. Laat je inspireren door onderstaande vragen voor het klasgesprek.

Klasgesprek

- Hoe begrijpen jullie verschillende emoji's? Wat zegt dit over hoe we online met elkaar communiceren?
- Wat als iedereen bepaalde emoji's begint te gebruiken?
- Bij welke emoji's zijn er andere interpretaties?
- Bij welke emoji's zijn de interpretaties hetzelfde?
- In welke situatie gebruik je deze emoji?
- Hoe weet je of iemand jouw emoji op dezelfde manier interpreteert?
- Begrijp je zelf altijd alle emoji's?
- Is het nodig dat iedereen dezelfde betekenis geeft aan emoji's?
- Geven emoji's voor jou een meerwaarde aan een gesprek? Waarom wel/niet?

Tip

Je kan de opdracht ook omgekeerd uitvoeren. Geef de leerlingen een zin, een emotie, een anekdote ... en laat ze een emoji tekenen die daarbij past. Teken alle leerlingen dezelfde emoji? Zie voorbeelden in de powerpoint.



Achtergrondinfo

- Emoji's betekenen niet voor iedereen hetzelfde. Ze kunnen op verschillende manieren geïnterpreteerd worden, wat soms tot misverstanden leidt. Het is daarom belangrijk stil te staan bij wat een emoji precies betekent en of dat ook zo overkomt bij de ontvanger.
- Emoji's lijken onschuldig (vaak zijn ze dat ook), maar soms schuilen er haatdragende of dubbelzinnige boodschappen achter. Ze kunnen iets uitbeelden en tegelijk iets anders bedoelen, waardoor zulke boodschappen makkelijk onder de radar blijven.
- Sommige subculturen gebruiken emoji's als codetaal: om controversiële ideeën te verspreiden, te lachen met andere meningen of mensen of groepsloyaliteit te tonen. Alleen wie tot de groep behoort, begrijpt de verborgen betekenis.
- Emoji's kunnen ook gebruikt worden om censuur te ontlopen. Denk aan de watermeloen als symbool voor Palestina.
- En toch: soms zijn emoji's gewoon emoji's.



Methodiek 2

Eén tegen allen: online editie

Level ★★

Werkvorm Een tegen allen

Jongeren zijn opgegroeid met sociale media. Daardoor zien ze online vaak heel andere dingen dan volwassenen. Ze begrijpen sneller het specifieke taalgebruik, de symbolen en afkortingen die daarbij horen. Dat zorgt soms voor een kloof: jongeren en volwassenen vinden niet altijd een gemeenschappelijke taal om te praten over hun (digitale) leefwereld.

In deze methodiek neemt de klas het op tegen de leerkracht. Wedden dat de leerlingen minstens tien termen kunnen bedenken uit hun online leefwereld die de leerkracht niet kent? Ze mogen in totaal maximum twintig termen afvuren.

Tijd

30 minuten

Benodigdheden

- Powerpoint met uitleg
- Pen en papier

Doel

- De leerkracht krijgt meer inzicht in de leefwereld van de leerlingen.
- Leerlingen maken kennis met verschillende termen die jongeren gebruiken.

Oefening**Stap 1**

- Leerlingen denken individueel of in groepjes na over termen die ze gebruiken, waarvan ze denken dat de leerkracht die niet kent. Niet enkel woorden, maar ook zinnen, hashtags, emoji's en afkortingen tellen mee.
- Deze woorden schrijven ze op. Zorg ervoor dat je de leerlingen niet hoort.

Tip

Geef eventueel vooraf thema's mee waarbinnen ze moeten zoeken.
Denk aan: vriendschap, sport, geld, mode ...

Stap 2

- Maak een 'woordenpot' met alle papiertjes.
- Laat een leerling een woord uit de pot halen of doe dit zelf. De leerling schrijft het woord telkens op het bord.

Stap 3

- Vertel wat het woord volgens jou betekent. De leerlingen bevestigen of corrigeren en geven meer uitleg.
- Bespreek de termen klassikaal. Laat je inspireren door onderstaande vragen voor het klasgesprek.
- Herhaal tot er maximum twintig papiertjes uit de pot zijn gehaald. De klas wint als er minstens tien woorden tussen zitten die de leerkracht niet kent.

Tip

- Stel je als leerkracht onwetend op en vraag door zonder oordeel. Schep vertrouwen en toon veel interesse. Zo krijg je zicht op de online leefwereld van je leerlingen.
- Draai de oefening gerust om en daag de leerlingen uit met tien online termen waarvan jij denkt dat de klas ze niet zal kennen.

Klasgesprek

- Wat betekent deze term? Is de hele klas het daarmee eens?
- Hoe ken je de betekenis van de term?
- In welke context zou je de term gebruiken? Zijn er contexten waarin je dat niet zou doen? Gebruikt iedereen de term op dezelfde manier?
- Hebben jullie deze term al eens gebruikt? Zo ja, wanneer?
- Gebruiken jullie deze term eerder online of offline? Op welke sociale media gebruiken jullie de term het meest?
- Wie gebruikt deze term vooral? Wat zou er gebeuren moest de leerkracht of een andere volwassene die term online gebruiken?
- Denk je dat iedereen zich goed voelt bij deze term? Hoe zou jij je voelen als iemand de term in een gesprek met jou zou gebruiken?

Achtergrondinfo

- Sommige ‘online’ termen worden gebruikt door veel mensen of jongeren, andere zijn vooral gebruikelijk binnen bepaalde denken subculturen.
- Jongeren sluiten zich vaak aan bij subculturen omdat ze:
 - op zoek zijn naar zingeving (wie ben ik?)
 - nood hebben aan herkenning
 - ergens bij willen horen
- Via taal kan een subcultuur zich van andere groepen onderscheiden en afzetten. **Slang** binnen een subcultuur creëert een gevoel van herkenning: als je de taal begrijpt, hoor je erbij. Wie de taal niet begrijpt, blijft buiten de groep.
- Jongeren groeien op met een veelheid aan sociale media en apps: TikTok, Instagram, Snapchat, Discord, YouTube ... Volwassenen volgen vaker Facebook of klassieke nieuwsmedia. Daardoor zien ze andere trends en andere boodschappen.
- Hierdoor is het soms moeilijk om elkaar te begrijpen. De kans bestaat dat beiden uit elkaar groeien en geen gemeenschappelijke taal meer vinden om te praten over hun (digitale) leefwereld. Zo blijven volwassenen in het duister tasten: wat zien jongeren online? Zit daar schadelijke content tussen? En welke invloed heeft dat op hen?

Voorbeeld

Jongens volgen fitnesspagina's, delen symbolen (zoals ringen, of de 'W' met hun vingers — een verwijzing naar Andrew Tate). Ze identificeren zich met quotes als: 'Be strong, be dangerous.'

Voorbeeld

Jongeren volgen Instagram- en TikTok-pagina's die acties rond het welzijn van dieren belichten. Ze delen herkenbare symbolen zoals vlaggetjes in hun bio, protest-emoji's of foto's van spandoeken. Via quotes als 'People over animals? Animals over people!' voelen ze zich verbonden met een groter geheel.

Methodiek 3

#Influenced (of toch niet?)

Level ★★★

Werkvorm Bespreken van video's

Influencers zijn populair bij jongeren omdat ze herkenbaar, 'echt' en inspirerend lijken. Ze spreken hun publiek aan met humor, lifestyle en herkenbare thema's. Daardoor komen hun boodschappen subtieler en geloofwaardiger over, en blijft de onderliggende ideologische lading of hun winstmotief vaak onopgemerkt.

In deze methodiek denken leerlingen na over de impact van zulke subtiele boodschappen en benoemen ze de emoties die die oproepen. Zo leren ze bewuster omgaan met online beïnvloeding en met het idee van authenticiteit op sociale media.

Tijd

50 minuten

Benodigdheden

- Powerpoint met voorbeelden en extra uitleg
- Werkblad #Influenced (of toch niet)
- Toestel met toegang tot sociale media (TikTok, Instagram, YouTube ...)
- Pen en papier (optioneel, leerlingen kunnen ook digitaal notities nemen)

Doel

- Leerlingen leren kritisch kijken naar boodschappen van influencers.
- Leerlingen reflecteren over invloed, emoties en het onderscheid tussen positieve en negatieve boodschappen.
- Leerlingen stellen hun eigen gevoelens en opvattingen over online content in vraag.
- Leerlingen leren een eigen mening te vormen.

Oefening

Stap 1

- Vraag aan de klas: 'Wie volg je graag online'? Dit mag een specifieke persoon zijn, bepaalde soort video's, thema's, ...Zie presentatie voor enkele voorbeelden waarmee je de les kan starten.
- Laat iedereen kort individueel nadenken en eventueel enkele namen noteren.

Tip

Gebruik mentimeter of kahoot zodat leerlingen eventueel anoniem iets kunnen insturen. Jongeren vinden het niet altijd evident om dit met iedereen te delen.

Stap 2

- Laat leerlingen een recente video, reel of story van deze persoon opzoeken en tonen aan hun buur. Beperk dit bij lange video's tot maximaal een minuut.
- Leerlingen bespreken hun gekozen video's met hun buur. Ze beantwoorden de vragen over elkaars filmpje (zie vragen op het werkblad pagina 14) en reageren op de antwoorden van hun buur.
- Geef mee dat jullie dit nadien ook klassikaal zullen bespreken (stap 3). Mogelijk willen leerlingen niet dat iedereen weet wie ze volgen.

Tip

Wil je meer inzicht krijgen in de video's die je leerlingen bekijken? Laat hen vooraf via Smartschool een influencers doorgeven die ze graag volgen, en kies zelf enkele video's uit. Bespreek één video samen in de klas en laat de leerlingen daarna per twee een andere video analyseren. In de presentatie kan je zelf ook een aantal voorbeelden terugvinden die je kan gebruiken.

Stap 3

- Laat iedereen (of enkele leerlingen) kort benoemen welke influencers ze gekozen hebben.
- Vraag vervolgens door op (veelvoorkomende) influencers op basis van onderstaande vragen. Leg daarbij ook uit wat een influencer is.

Tip

Gebruik het principe van de proactieve cirkel: iedereen heeft een eigen mening, maar niemand is verplicht om iets te delen. Leerlingen die niets zeggen, krijgen daar later nog de kans toe.

Stap 4

- Leerlingen noteren wat hen verraste aan de video of bespreking, en wat ze voortaan met andere ogen zullen bekijken op sociale media.
- Nog tijd over? Laat leerlingen hun reflecties met elkaar delen.

Klasgesprek

- Wie volgt deze influencer? Hoe kom je bij dit profiel terecht?
- Wie is deze persoon? Wat is er zo eigen aan deze persoon en hun posts? Welk soort content deelt deze persoon?
- Waarom deelt deze persoon die boodschap?
- Wat vind je van de uitspraken en het gedrag van deze persoon? Zijn er mensen in de klas of daarbuiten die daar anders over denken?
- Kan je je vinden in de posts van deze persoon? Waarom (niet)?
- Herken je jezelf in deze persoon?
- Krijg je veel content die lijkt op de video's van deze persoon?
- Hoe denk je dat anderen deze content ervaren? Hoe zouden zij zich hierbij voelen?
- Zou jij deze persoon aanbevelen aan anderen?

Achtergrondinfo

- Een influencer is een persoon die via sociale media een groot bereik heeft en invloed uitoefent op de meningen, het gedrag of de keuzes van anderen. Hun impact is groot, zeker bij jongeren, en hun boodschappen kunnen zowel positief als negatief zijn. Jongeren volgen hen omdat ze **herkenbaar, 'echt' en inspirerend** lijken.
- Influencers zetten heel bewust verschillende strategieën in om geloofwaardig en betrouwbaar over te komen: ze tonen zich authentiek, vertellen persoonlijke verhalen, gebruiken humor, werken met lifestylebeelden en sluiten aan bij herkenbare situaties. Daardoor voelen hun boodschappen subtiel en "echt" aan, waardoor jongeren niet altijd meteen doorhebben dat er ook een ideologische insteek achter kan zitten. Niet alles wat ze posten is positief, objectief of betrouwbaar.
- Ze stellen zichzelf voor als expert (bijvoorbeeld als psycholoog of coach), ze wekken de indruk dat "iedereen die zo denkt" ook succesvol is, ze spelen in op FOMO: fear of missing out ('Als je dit niet doet, blijf je achter') of sterke emoties zoals frustratie ('De maatschappij is tegen jou' of 'Wij helpen je winnen'). Die combinatie van herkenbare content, de herhaling die algoritmes versterken en subtiel verpakte ideeën zorgt ervoor dat jongeren beïnvloed kunnen worden zonder dat ze het zelf doorhebben.
- Influencers kunnen een **positieve impact** hebben, bijvoorbeeld door je zelfvertrouwen te stimuleren of aandacht te vragen voor sociale kwesties. Tegelijkertijd zijn er ook influencers die een **negatieve invloed** kunnen hebben op jongeren. Ze verspreiden bijvoorbeeld onrealistische schoonheidsidealen, promoten asociaal of riskant gedrag of hebben een verborgen commerciële of politieke agenda.

Voorbeeld

Sommige influencers delen posts over body positivity en tonen dat schoonheid in alle vormen en maten bestaat. Anderen zetten zich in om meer openheid te creëren rond mentale gezondheid en taboes te doorbreken.

Voorbeeld

Een personal trainer deelt op Instagram heel wat tips over voeding en oefeningen om gezond te blijven. Naast deze tips verschijnen er ook boodschappen zoals: 'Echte mannen beschermen vrouwen, vrouwen moeten zich naar hen schikken.'

Voorbeeld

Een spirituele influencer deelt een video over ademhalingsoefeningen, maar zegt ook dat 'mannen leiders moeten zijn in relaties' en 'vrouwen behoefte hebben aan dominantie'.

Werkblad

#Influenced (of toch niet?)

We zien heel wat video's via sociale media over verschillende onderwerpen. In deze oefening staan we stil bij de boodschap van een video die jullie getoond hebben. We doen dit aan de hand van enkele vragen.

Welke video's heb je gekozen om te bespreken? (Naam maker, titel video, datum, waar gevonden)

Wat is de (onderliggende of dubbele) boodschap van deze video?

Welke toon gebruikt de persoon in de video?

Welke technieken gebruikt deze persoon om een boodschap over te brengen?

Denk aan simpel taalgebruik, humor, herkenbare situaties, persoonlijke verhalen, inspelen op noden van de kijker, ...

Wat vind jij van de video? Wat vind je van de boodschap die de persoon uitdraagt?

Is de boodschap positief of negatief? Waarom?

Waarom denk je dat deze influencer deze video maakt?

Wat zijn de gelijkenissen en verschillen tussen beide video's?

Methodiek 4

Een wereld zonder sociale media

Level ★★

Werkvorm Mindmap maken

Sociale media bieden heel wat voordelen, maar ook enkele nadelen. In deze methodiek bedenkt de klas samen hoe een samenleving zonder sociale media eruit zou zien. Wat verandert er in hun persoonlijke leven, in hoe ze communiceren, leren, zich informeren of ontspannen? Ze reflecteren over hun eigen mediagebruik en debatteren over de maatschappelijke rol van sociale media.

Tijd

50 minuten

(kan ingekort of uitgebreid worden)

Benodigdheden

- Werkblad 'Een wereld zonder sociale media'
- Powerpoint met stelling en voorbeeld van mindmap
- Pen en papier (optioneel, leerlingen kunnen ook digitaal notities nemen)

Doel

- Leerlingen denken kritisch na over de rol en impact van sociale media in hun dagelijks leven.
- Leerlingen reflecteren over de positieve en negatieve effecten van sociale media.
- Leerlingen stellen hun eigen mediagebruik in vraag. Ze staan stil bij alternatieven.
- Leerlingen gaan in gesprek over de verschillende aspecten van sociale media en online gedrag.
- Leerlingen verwoorden hun eigen mening over sociale media en online gedrag.

Oefening

Stap 1

- Stel leerlingen de vraag: 'Wat als je morgen te horen krijgt dat er geen sociale media meer zijn? Geen Instagram, TikTok, YouTube (Shorts), Snapchat, Discord, Whatsapp, Spotify ...?'
- Laat ze eerst individueel nadenken en een antwoord voor zichzelf formuleren.

Tip

Op [Het Archief voor Onderwijs](https://hetarchiefvooronderwijs.be/) kan je enkele video's terugvinden over een leven zonder sociale media. Toon deze eventueel als intro in de klas.

Stap 2

- Sta in een cirkel en bespreek klassikaal onderstaande vragen (zie pagina 18). Wie wil, start het gesprek en zet daarbij een stap naar voren. Leerlingen die het daarmee eens zijn, gaan achter die leerling staan. Anderen zetten zich elders in de ruimte. Zo krijgt iedereen een stem, ook wie zich niet comfortabel voelt om te spreken voor een groep.
- Moedig leerlingen aan om uit te leggen waarom ze het oneens zijn. Ga subtiel naast hen staan om steun te bieden en herhaal hun boodschap indien nodig, zodat ze voelen dat je hen goed begrepen hebt. Dat creëert een veilige sfeer en toont dat je hun mening respecteert.

Stap 3

- Laat de leerlingen in groepjes nadenken over wat het zou betekenen als ze geen informatie meer zouden krijgen via sociale media.
- Vraag hen om samen de voor- en nadelen te formuleren op het werkblad: wat zou er beter worden, en wat juist lastiger?
- Geef enkele thema's mee: contact met vrienden, nieuws en informatie, hobby's en vrije tijd, school en leren, zelfexpressie en creativiteit.

Voorbeelden

- Zonder sociale media kom ik minder in aanraking met verschillende thema's, waardoor ik minder nieuwe informatie ontdek.
- Door geen informatie meer te zien via sociale media, moet ik op andere manieren op zoek naar informatie.

Stap 4

- Bespreek klassikaal de antwoorden van de leerlingen op het werkblad. Ga dieper in op de vragen bovenaan.
- Leerlingen kunnen hun werkblad verder aanvullen op basis van de antwoorden van anderen. Er zijn geen juiste of foute antwoorden.

Tip

Je kan de leerlingen ook een filmpje laten maken over hoe de wereld eruit zou zien zonder sociale media.

Klasgesprek

- Wat zou er gebeuren als sociale media plots verdwijnen?
- Zou je over bepaalde zaken dan anders denken?
- Zou je leven er dan anders uitzien?
- Kunnen we een dag zonder sociale media?
- Wat zouden de effecten zijn op onze maatschappij?
- Welke functies hebben sociale media?
- Wat zou je missen of niet missen aan sociale media?
- Wat zou je goed of net minder goed vinden als je niets meer zou vernemen via sociale media?
- Zou je je net meer of minder verbonden voelen met anderen?
- Hoe zou je op de hoogte blijven van wat er speelt in de wereld, bij je vrienden, trends ...?

Achtergrondinfo

- Sociale media zijn digitale platformen waarop gebruikers informatie delen, reageren, netwerken uitbouwen en zich uitdrukken via tekst, beeld, video of audio. Denk aan Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook, X, enzovoort.
- Deze platformen spelen een grote rol in ons dagelijks leven, zowel voor entertainment als nieuwsconsumptie, sociale contacten, identiteitsvorming en activisme.
- Tegelijk krijgen ze veel kritiek door hun invloed op mentaal welzijn, privacy, desinformatie en polarisatie.
- Beïnvloeding door sociale media kan zowel positieve als negatieve effecten hebben.

Positieve effecten

- Jongeren vinden **gemeenschap, herkenning en steun** in online groepen, wat hun zelfvertrouwen kan versterken.
- Creatieve trends zoals upcycling of BookTok stimuleren **duurzaamheid, lezen en zelfexpressie**.
- Activistische subculturen zetten jongeren aan tot **maatschappelijke betrokkenheid** (bv. klimaatacties, solidariteit met Gaza).
- Online mobilisatie kan **druk op beleid en bedrijven uitoefenen** (bv. campagnes tegen fast fashion, voor klimaatrechtvaardigheid).
- Safe spaces bieden jongeren ruimte om hun **identiteit te verkennen** en ervaringen te delen (bv. LGBTQ+ community's).

Negatieve effecten

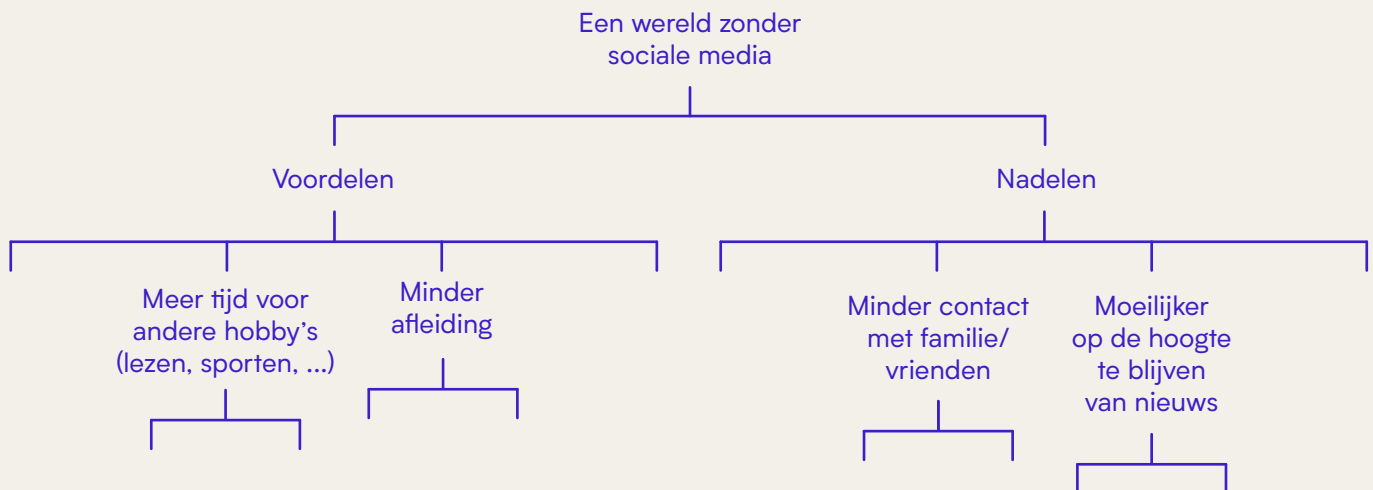
- Jongeren kopiëren onbewust een **schadelijke levensstijl of wereldbeeld**.
- Seksistische, racistische of anti-democratische ideeën worden **genormaliseerd**.
- **Mentale problemen** kunnen verergeren door toxische zelfdiscipline of isolement.
- Er ontstaat **groepsdruk** om zich te gedragen volgens de normen van een online subcultuur.
- De **polarisatie** tussen jongeren onderling, met ouders, leerkrachten en maatschappij neemt toe.

Werkblad

‘Een wereld zonder sociale media’

Wat zou er gebeuren als sociale media plots verdwijnen? Je krijgt geen nieuws meer via sociale media, geen inspiratie meer voor je hobby, geen updates van vrienden ...

Vul de mindmap verder aan met voor- en nadelen.



Methodiek 5

In de schoenen van een influencer

Level ★★

Werkvorm Rollenspel met kaartjes

De leerlingen vormen duo's en krijgen elk een personagekaart met een type influencer uit een specifieke subcultuur (zoals een crypto-influencer, fitfluencer of momfluencer). Ze lezen hun kaart en leven zich in in hun rol. Vervolgens leest de leerkracht een reeks stellingen voor. Bij elke stelling zetten de leerlingen een streepje of doen ze een stap vooruit als hun personage het ermee eens zou zijn.

De oefening helpt leerlingen nadenken over hoe influencers hun waarden, wereldbeeld en identiteit uitdragen op sociale media. En dat iedereen deze boodschappen ook anders kan interpreteren. Daarna reflecteren ze of ze zichzelf herkennen in deze types en of ze influencers volgen die bij die profielen passen. Er is geen juist of fout antwoord.

Tijd

30 à 40 minuten

Benodigdheden

- Personagekaarten met korte beschrijving van de influencers
- Powerpoint met extra uitleg
- Lijst met stellingen
- Pen en papier

Doel

- Leerlingen reflecteren over de rol en invloed van verschillende soorten influencers.
- Leerlingen krijgen inzicht in hoe influencers hun waarden, wereldbeeld en identiteit uitdragen via sociale media.
- Leerlingen denken kritisch na over hun eigen mediagebruik. Bv. wie volgen ze en waarom?

Oefening

Stap 1

- Leerlingen krijgen (per twee) een personagekaart. Laat ze in stilte hun profiel lezen.
- Bespreek klassikaal de verschillende personages. Is alles voor iedereen duidelijk?
- Stel de leerlingen een aantal vragen (zie verder) zodat ze zich goed in hun personage kunnen inleven. Geef hen de tijd om hierover na te denken.

Tip

Je kan de personages ook eerst bespreken en hen dan hieruit een laten kiezen.

Stap 2

- Ga met iedereen op één lijn staan.
- De leerlingen zetten telkens een stap vooruit wanneer ze het eens zijn met de stelling. Je hoeft niet alle stellingen te gebruiken. Je kan er op voorhand enkele selecteren die je bespreekt. Waar staat iedereen nadien?

Variant

Niet voldoende ruimte? Bespreek enkele stellingen. Zet een streepje op het bord of op een papier als ze denken dat hun personage akkoord is. Of gebruik een online tool om dit visueel te maken. Het visuele aspect is bij deze methodiek belangrijk.

Stellingen

- Mijn gezin staat op de eerste plek.
- Ik geloof dat discipline belangrijker is dan motivatie.
- Je moet altijd eerlijk zijn tegenover je volgers.
- Geld verdienen is mijn voornaamste doel.
- Ik wil impact maken op de wereld.
- Je moet je emoties onder controle houden, niet uiten.
- Ik deel enkel mooie momenten of verhalen.
- Gezond eten en trainen maken je mentaal sterker.
- Likes en volgers zijn belangrijk voor mij.
- Dieren begrijpen je beter dan je denkt.
- Een echte man zorgt voor zijn gezin en zijn carrière.
- Ik ben de spreekbuis van een specifiek merk of sponsor. Zij bepalen de toon en inhoud van bepaalde berichten.
- Ik werk alleen samen met merken of sponsors die passen bij mijn eigen overtuigingen.
- Ik vind het belangrijk om mezelf te blijven, ook online.
- Over geld praten zou geen taboe mogen zijn.
- Een beetje liegen of overdrijven maakt nu eenmaal deel uit van de job.
- Je moet mooi zijn om succesvol te zijn op sociale media.
- Ik geloof niet dat mannen en vrouwen volledig gelijk zijn in alles.
- Spiritualiteit helpt me mijn pad te vinden.
- Ik vind het niet erg om producten aan te prijzen die ik zelf niet gebruik.
- Ik wil vooral mijn passie delen met anderen.

Stap 3

- Reflecteer klassikaal of in groepjes over deze oefening. Gebruik onderstaande vragen als leidraad.
- Kaart verschillende thema's aan: je online identiteit, de invloed van influencers, groepsdruk, online haatspraak ...

Klasgesprek**Vragen bij de personages (stap 1)**

- Wat vindt jouw personage belangrijk in het leven?
- Wat wil jouw personage bereiken op sociale media?
- Wie zijn de volgers van jouw personage?
- Wat maakt jouw personage uniek tegenover andere influencers?

Vragen na de oefening (stap 3)

- Hoe voelde het om in de huid te kruipen van een influencer die je misschien niet goed kent? Was dat makkelijk of moeilijk?
- Waren sommige keuzes moeilijk? Bij welke stellingen twijfelde je?
- Welke waarden of overtuigingen stonden centraal bij jouw personage?
- Denk je dat die waarden oprecht zijn, of vooral gekozen om volgers te overtuigen?
- In hoeverre denk je dat jouw beeld van 'wat normaal is' beïnvloed wordt door influencers of sociale media?
- Wat maakt iemand volgens jou een betrouwbare bron online?
- Welke onverwachte of ongevraagde content kom je soms tegen online?
- Waarom denk je dat je je aangetrokken voelt tot een groep waarin je je begrepen voelt?
- Kan je influencers volgen die waarden hebben waar je zelf niet achter staat?
- Wat zou je doen als je online iets ziet dat haat zaait of anderen uitsluit?
- Wat zouden anderen moeten begrijpen over de online wereld?
- Welke gelijkenissen zie je tussen de profielen? Tussen welke profielen zie je grote verschillen?

Achtergrondinfo

- Een influencer is een persoon die via sociale media een groot bereik heeft en invloed uitoefent op de meningen, het gedrag of de keuzes van anderen. Hun impact is groot, zeker bij jongeren, en hun boodschappen kunnen zowel positief als negatief zijn. Jongeren volgen hen omdat ze **herkenbaar, 'echt' en inspirerend** lijken.
- Veel influencers hebben een groot bereik, waardoor organisaties graag **samenwerkingen** met hen aangaan. Soms gaat het om commerciële bedrijven, die vragen om producten te promoten. In dat geval vermelden influencers meestal dat ze betaald worden en dat het dus om reclame gaat. Maar dat gebeurt niet altijd.
- Influencers zetten heel bewust verschillende strategieën in om geloofwaardig en betrouwbaar over te komen: ze tonen zich authentiek, vertellen persoonlijke verhalen, gebruiken humor, werken met lifestylebeelden en sluiten aan bij herkenbare situaties. Daardoor voelen hun boodschappen subtiel en "echt" aan, waardoor jongeren niet altijd meteen doorhebben dat er ook een ideologische insteek achter kan zitten. Niet alles wat ze posten is positief, objectief of betrouwbaar.
- Ze stellen zichzelf voor als expert (bijvoorbeeld als psycholoog of coach), ze wekken de indruk dat "iedereen die zo denkt" ook succesvol is, ze spelen in op FOMO: fear of missing out ('Als je dit niet doet, blijf je achter') of sterke emoties zoals frustratie ('De maatschappij is tegen jou' of 'Wij helpen je winnen'). Die combinatie van herkenbare content, de herhaling die algoritmes versterken en subtiel verpakte ideeën zorgt ervoor dat jongeren beïnvloed kunnen worden zonder dat ze het zelf doorhebben.
- Influencers kunnen een **positieve impact** hebben, bijvoorbeeld door je zelfvertrouwen te stimuleren of aandacht te vragen voor sociale kwesties. Tegelijkertijd zijn er ook influencers die een **negatieve invloed** kunnen hebben op jongeren. Ze verspreiden bijvoorbeeld onrealistische schoonheidsidealen, promoten asociaal of riskant gedrag of hebben een verborgen commerciële of politieke agenda.

Voorbeeld

Sommige influencers delen posts over body positivity en tonen dat schoonheid in alle vormen en maten bestaat. Anderen zetten zich in om meer openheid te creëren rond mentale gezondheid en taboes te doorbreken.

Voorbeeld

Een personal trainer deelt op Instagram heel wat tips over voeding en oefeningen om gezond te blijven. Naast deze tips verschijnen er ook boodschappen zoals: 'Echte mannen beschermen vrouwen, vrouwen moeten zich naar hen schikken.'

Voorbeeld

Een spirituele influencer deelt een video over ademhalingsoefeningen, maar zegt ook dat 'mannen leiders moeten zijn in relaties' en 'vrouwen behoefte hebben aan dominantie'.

Personagekaarten

Print de kaarten
en knip deze uit



Naam	Lotte
Leeftijd	38
Platformen	Facebook, Instagram, online blog
Volgers	± 72.000
Woonplaats	Brugge
Beroep	Thuisblijf mama

**Over**

Lotte deelt haar leven als moeder van vier kinderen. Van knutseltips tot lunchboxinspiratie: haar leven draait rond het gezin. Ze gelooft dat je als moeder een veilige haven moet zijn, en dat het oké is om je carrière on hold te zetten. 'Mijn kinderen gaan altijd voor.' Ze krijgt veel steun, maar soms ook kritiek omdat ze alles te veel verbloemt.

Naam	Alex
Leeftijd	31
Platformen	X, Youtube, TikTok
Volgers	± 85.000
Woonplaats	New York
Beroep	Crypto-investeerder

**Over**

Alex is een selfmade crypto-influencer die gelooft dat crypto de toekomst van geld is. Hij post over investeren, blockchain-technologie en financiële onafhankelijkheid. Alex wantrouwt klassieke banken en denkt dat je dom bent als je alleen op je loon vertrouwt. Hij vindt ook dat je in het leven vaak risico's moet durven nemen om op die manier succesvol te worden.

Naam	Nora
Leeftijd	24
Platformen	Instagram, TikTok
Volgers	± 190.000
Woonplaats	Mechelen
Beroep	Personal trainer & voedingscoach

**Over**

Nora post dagelijks haar fitnessroutines, maaltijd tips en motivatiespeeches. Ze gelooft dat discipline zowel fysieke als mentale kracht oplevert en dat excuses om iets niet te doen vaak wijzen op luiheid. Voor haar volgers is ze een voorbeeld van toewijding en zelfzorg, maar voor sommigen is dat misschien ook confronterend.

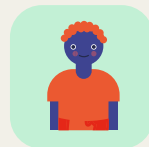
Naam Amira
Leeftijd 22
Platformen Instagram, TikTok
Volgers ± 95.000
Woonplaats Brussel
Beroep Make-up artist



Over

Amira experimenteert met make-up, test nieuwe producten en praat openlijk over zelfbeeld en body positivity. Ze vindt schoonheid een vorm van zelfexpressie. 'Make-up is geen masker, het is mijn kunst.' Ze krijgt veel positieve reacties, maar ook opmerkingen over uiterlijk en oppervlakkigheid. Zelf blijft ze trouw aan haar stijl en haar community.

Naam Bilal
Leeftijd 18
Platformen Twitch, YouTube, Discord
Volgers ± 70.000
Woonplaats Londen
Beroep Student & gamer



Over

Bilal is een enthousiaste gamer die zijn dagen en avonden vult met livestreams en content over gaming. Hij speelt vooral populaire games zoals Fortnite en Minecraft, maar bespreekt ook nieuwe releases. In zijn streams is hij energiek, eerlijk en soms wat chaotisch. Voor Bilal is online zijn geen ontsnapping aan de echte wereld, maar een belangrijk deel van zijn identiteit. Hij heeft via games mensen leren kennen uit heel Europa.

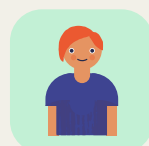
Naam Sofia
Leeftijd 30
Platformen Instagram, YouTube
Volgers ± 220.000
Woonplaats Geen vaste woonplaats (momenteel: Bali)
Beroep Fulltime reiziger



Over

Sofia reist de wereld rond met haar camera en drone. Ze post spectaculaire landschappen, budget- en vakantietips. Ze gelooft dat je maar één leven hebt en dat vrijheid dus heel belangrijk is. Hoewel Sofia een vrij 'relaxed' leventje leidt, is ze afhankelijk van inkomsten uit partnerschappen met bedrijven die willen dat ze hun producten promoot.

Naam Mats
Leeftijd 28
Platformen Instagram, TikTok
Volgers ± 15.000
Woonplaats Rotterdam
Beroep Spirituele coach



Over

Mats inspireert zijn volgers met maanrituelen, horoscopen en spirituele inzichten. Hij gelooft dat de sterren ons richting geven, en dat innerlijke rust belangrijker is dan presteren. 'Alles heeft een energetische reden.' Hij trekt vooral een jong, zoekend publiek aan dat meer zingeving wil in een chaotische wereld.

Naam Ella
Leeftijd 16
Platformen TikTok,
Instagram
Volgers ± 4.300
Woonplaats Hasselt
Beroep Student & stalhulp in
het weekend



Over

Ella post video's van haar paard Nalu, tutorials over vachtverzorging, en grappige paarden-memes. Ze gelooft dat dierenliefde en zorgzaamheid belangrijk zijn. Ze heeft een kleine, hechte community van paardenliefhebbers. Veel mensen lachen met 'paardenmeisjes', maar Ella is trots op wie ze is.

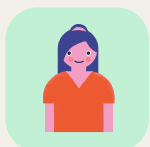
Naam Kelly
Leeftijd 25
Platformen Instagram,
TikTok
Volgers ± 245.000
Woonplaats Leuven
Beroep Freelance styliste



Over

Kelly deelt dagelijkse outfit-inspiratie, stijltips en trends, met dure merken in de hoofdrol. Ze gelooft dat stijl begint bij kwaliteit, en dat je met je kleding laat zien wie je bent. Er verzorgd uitzien is voor haar een vorm van zelfrespect én een manier om respect te krijgen. Kelly's ideaalbeeld is een elegante vrouw die haar man ondersteunt, haar huishouden met liefde runt en er elke dag op haar best uitziet. Ze krijgt veel lof om haar smaak, maar soms ook kritiek dat ze te traditioneel en materialistisch is ingesteld.

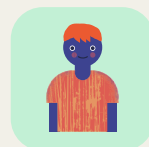
Naam Tessa
Leeftijd 44
Platformen Instagram,
online blog
Volgers ± 55.000
Woonplaats Kortrijk
Beroep Budgetcoach



Over

Tessa groeide op met weinig geld en weet als geen ander hoe je creatief kan besparen. Ze deelt tips over tweedehands kopen, goedkoop koken, en schuldenvrij leven. 'Geldproblemen zijn geen taboe, maar iets om samen aan te pakken.' Ze mikt op praktische info met een persoonlijke touch.

Naam Isaac
Leeftijd 21
Platformen TikTok
Volgers ± 68.000
Woonplaats Gent
Beroep Student biologie



Over

Amir gebruikt zijn sociale media om jongeren te betrekken bij de strijd tegen klimaatverandering. Hij deelt informatieve posts over CO₂-uitstoot, opwarming van de aarde en fast fashion. Amir gelooft dat iedereen het verschil kan maken en dat elke kleine bijdrage een invloed kan hebben op de wereld. Sommigen noemen hem 'woke', anderen een voorbeeld.

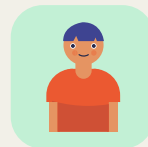
Naam Bas
Leeftijd 25
Platformen Tik Tok, Instagram
Volgers ± 193.000
Woonplaats Antwerpen
Beroep Jeugdwerker en stand-up comedian in zijn vrije tijd



Over

Bas drijft via zijn video's en memes de spot met de actualiteit. Hij gebruikt satire als wapen tegen onrecht in de samenleving. Hij wil op die manier mensen wakker schudden en aanzetten tot nadenken. Hij gaat geen enkel thema uit de weg.

Naam Daan
Leeftijd 29
Platformen Instagram, Youtube, TikTok
Volgers ± 140.000
Woonplaats Antwerpen
Beroep Zelfstandig 'mindset coach' & spreker



Over

Daan is een 'manfluencer' die zijn volgers motiveert om het beste uit zichzelf te halen. Zijn motto is: 'Discipline is de sleutel tot vrijheid.' Hij post dagelijks over productiviteit, gezonde gewoontes, financiële vrijheid en mentale kracht. Hij gelooft dat mannen en vrouwen niet gelijk zijn, maar elkaar aanvullen. Het is de taak van de man om te leiden en stabiliteit te brengen. Vrouwen hebben een waardevolle rol als verzorger.

Methodiek 6

Welke emotie roept deze meme op?

Level ★★★

Werkvorm Memes bespreken

Jongeren komen dagelijks in contact met allerlei soorten online content. Een deel daarvan is bedoeld om te beïnvloeden of te overtuigen. Veel van die boodschappen worden verpakt als grapjes of memes, waardoor ze onschuldig lijken. Toch kunnen via herhaling en normalisering problematische ideeën binnensluipen.

Dergelijke boodschappen verspreiden zich snel: algoritmes pikken ze op omdat ze veel reacties uitlokken, waardoor ze nog vaker opduiken in iemands feed. En hoe vaker je iets ziet, hoe geloofwaardiger het lijkt. In deze oefening analyseren leerlingen verschillende memes, en onderzoeken ze samen welke emoties die oproepen en waarom.

Tijd

50 minuten

Benodigheden

- Werkblad 'Welke emotie roept deze meme op?'
- Powerpoint met voorbeelden en uitleg

Doel

- Leerlingen leren wat een meme is en gaan zelf op zoek naar voorbeelden.
- Leerlingen kijken kritisch naar de context en mogelijke effecten van memes.
- Leerlingen reflecteren over emoties die memes kunnen oproepen.
- Leerlingen analyseren de boodschap van memes.

Oefening

Stap 1

- Selecteer op voorhand enkele memes. Of laat leerlingen zelf een meme insturen om te bespreken. Zorg ervoor dat er verschillende soorten memes (audio, tekst, beeld) aan bod komen met verschillende thema's (politiek, entertainment, religie, ...).

Stap 2

- Vraag je leerlingen wat memes volgens hen zijn.
- Geef de definitie van een meme mee (zie theorie) en vertel hoe memes online circuleren. Leg daarbij uit dat memes vaak emoties oproepen, soms bewust, soms onbewust. En dat het belangrijk is om kritisch te kijken naar memes om de boodschap en mogelijke effecten ervan te achterhalen.

Stap 3

- Toon een meme aan de klas.
- Laat leerlingen op een post-it noteren welke emotie ze voelen en waarom.
- Laat ze nadien plaatsnemen in een hoek van het lokaal die het best aansluit bij hun emoties.
- Bespreek klassikaal aan de hand van onderstaande vragen (zie pagina 31).

Tip

Leg uit dat memes verschillende emoties kunnen oproepen. Een beeld kan bij de ene een positieve reactie uitlokken, bij de andere een negatieve of helemaal geen. Iedereen kijkt dus op een andere manier naar content. Door hierover met elkaar in gesprek te gaan, leren leerlingen andere meningen en perspectieven kennen.

Stap 4

- Laat leerlingen in groep een meme in detail analyseren. Aan de hand van gerichte vragen ontdekken ze welke boodschap de meme wil overbrengen. Ze kunnen hiervoor zelf een meme kiezen of een voorbeeld gebruiken uit de presentatie. Gebruik hiervoor het werkblad.
- Laat ze nadenken over volgende vragen:
 - Welke emotie roept deze meme bij jou op? Waarom?
 - Waar en hoe werd deze meme verspreid?
 - Wat valt op als je voor de eerste keer naar de meme kijkt?
 - Waarover gaat de meme?
 - Wordt de tekst, beeld ... uit de context gehaald?
 - Wat is de mogelijke doelgroep?
 - Is de meme gelinkt aan de actualiteit?
 - Is de meme eerder positief of negatief bedoeld?
 - Is de meme schadelijk?
 - Zou je deze meme delen?
- Besluit met een klasgesprek. Breng het gesprek op gang met onderstaande vragen (zie pagina 31).

Klasgesprek

Vragen over memes en emoties (stap 3)

- Waarom kan een meme verschillende emoties oproepen?
- Welke rol speelt persoonlijke ervaring of achtergrond hierbij?
- Wat is de invloed van de context (waar je het ziet, wie het stuurt ...)?
- Bij welke memes zijn de emoties het meest verdeeld?
- Verandert je gevoel als je anderen hierover hoort praten?

Vragen bij de analyse van memes (stap 4)

- Wat is de kracht van memes?
- Hoe kunnen memes (on)bewust kwetsen of misleiden?
- Welke memes zou je wel of juist niet delen?

Achtergrondinfo

- Memes zijn een internetfenomeen dat bestaat uit beeld, tekst en/of audio, meestal met humor als uitgangspunt. Ze kunnen gaan over zowel online als offline thema's en worden vaak herhaald, gekopieerd en aangepast. Memes circuleren vooral via sociale media, beïnvloeden hoe we naar iets of iemand kijken en richten zich vaak op specifieke groepen.
- Memes zijn een krachtige manier om boodschappen te verspreiden. Iedereen kan ze maken en delen, en achter hun humor schuilt vaak meer dan een grap: van subtiele overtuigingen tot regelrechte haatboodschappen. Ze lijken onschuldig, maar door herhaling en normalisering kunnen er stilletjes problematische ideeën insluipen.
- Influencers gebruiken vaak memes om hun boodschap te verspreiden. Dit soort content wordt sneller door algoritmes op sociale media opgepikt omdat ze veel reacties uitlokken.

Voorbeeld

Een meme-pagina op Instagram zoals 'mannenbelike' deelt grapjes over vrouwen die 'geen respect meer hebben' voor mannen, afgewisseld met beelden van dure auto's en influencers die oproepen om 'de beste versie van jezelf' te worden.

Maar ook hier geldt: een grappige meme, een reel met tips om kleding te upcyclen of een post met kooktips — het hoeft zeker niet altijd negatief of **problematisch** te zijn.

Voorbeeld

Op Instagram delen LGBTQ+ jongeren hun ervaringen via memes, herkenbare quotes en positieve boodschappen. Naast humor en relativerende inhoud bieden deze safe spaces ook steun en verbondenheid: jongeren voelen dat ze niet alleen zijn en vinden handvaten om hun identiteit met trots te omarmen.

Werkblad

Welke emotie roept deze meme op?

Voorbeeld-meme

Datum _____

Bron _____

Welk gevoel roept deze meme bij jou op?

Dit lijstje met emoties zet je op weg. Ben je kwaad, angstig of blij?

Woedend	Beschaamd	Verrast	Sympathie
Kwaad	Angstig	Enthousiast	Veilig
Jaloers	Nerveus	Vrolijk	Bewondering
Nerveus	Bedroefd	Geïnspireerd	Tevreden
Bezorgd	Onverschillig	Optimistisch	Kalm
Bang	Timide	Plezierig	Ontspannen
Rusteloos	Uitgesloten	Blij	Zorgeloos
Ongemakkelijk	Verdrietig	Trots	Opgelucht
Verveeld	Verward	Dankbaar	Rustig
Afschuw	Verveeld	Opgetogen	Sereen

Wat wil deze meme vertellen?

Hoe ben je met deze meme in contact gekomen?

Wat valt op als je een eerste keer naar de meme kijkt (beelden, tekst, quotes, personen, cijfers ...)?

Waarover gaat de meme?

Wordt de tekst of het beeld uit de context gehaald?

Wat is de mogelijke doelgroep van deze meme?

Is de meme gelinkt aan de actualiteit?

Is de meme eerder positief of negatief bedoeld?

Hoe zou je de meme nu beoordelen?

Duid aan op deze schaal. Is de meme eerder ...? Waarom?

Nuttig <.....> Schadelijk

Zou je deze meme op sociale media delen, reageren, verwijderen ...?

Methodiek 7

Bubbels en konijnen

Level ★★★

Werkvorm Video's bespreken

De leerlingen staan stil bij hun socialemediagebruik en ontdekken waarom ze allemaal andere informatie te zien krijgen. Zo leren ze hoe algoritmes werken en maken ze kennis met begrippen als 'algoritme', 'filterbubbel' en 'echokamer'. Gebruik de theorie als basis om de oefening vorm te geven.

Tijd

50 minuten

Benodigdheden

- Toestel met toegang tot sociale media (YouTube, TikTok, Instagram, ...)
- Powerpoint met uitleg

Doel

- Leerlingen kunnen voor- en nadelen bedenken van sociale media.
- Leerlingen weten dat algoritmes van sociale media bepalen wat ze zien.
- Leerlingen kunnen de begrippen 'filterbubbel' en 'echokamer' uitleggen.
- Leerlingen reflecteren kritisch over hun eigen mediagebruik.

Oefening**Stap 1**

- Bespreek klassikaal hoe leerlingen kijken naar sociale media. Wat is de definitie ervan? Welke platformen vallen daar wel en niet onder?
- Vraag ook welke sociale media ze zelf al dan niet gebruiken en waarom. Zijn er platformen waar ze bewust van wegblijven?
- Leerlingen maken vervolgens een tabel met voor- en nadelen van sociale media. Bespreek klassikaal.

Stap 2

- Laat leerlingen in duo werken.
- Beide leerlingen openen dezelfde app of website op hun toestel (TikTok, Instagram, YouTube, Facebook ...). Ze leggen de toestellen naast elkaar en noteren 3 opvallende verschillen en gelijkenissen.
- Nadien focussen ze zich op de advertenties die ze te zien krijgen. Ook hier noteren ze opvallende verschillen en gelijkenissen. Ze denken na over een verklaring.
- Tot slot openen ze YouTube. In de zoekbalk typen ze 'linkse rat, rechtse zak' en selecteren ze de video van VRT NWS. Laat ze daarna klikken op de eerste aanbevolen video en dit vijf keer herhalen. Bij welke video komen ze uit? Verschilt dit van hun duopartner?

Tip

Voor deze oefening kan het goed zijn om leerlingen te laten kiezen met wie ze willen samenwerken omdat ze bepaalde info met elkaar moeten delen. Ze willen dit misschien niet met iedereen doen. En geef aan dat ze zeker niet alles moeten delen. Laat leerlingen eerst zelf door hun sociale media scrollen en noteren wat ze zien. En laat ze dit nadien met elkaar vergelijken.

Stap 3

- Bespreek de mogelijke verklaringen die leerlingen hebben voor de verschillende startpagina's.
- Leg daarna de theorie over algoritmes, filterbubbels en echokamers uit met behulp van de begeleidende powerpoint.
- Bespreek klassikaal aan de hand van onderstaande vragen.

Klasgesprek

- Wat vind je ervan dat iedereen andere content ziet op sociale media?
- Wat zijn de voordelen als je altijd dezelfde content ziet online?
- Wat zijn de nadelen als je altijd dezelfde content ziet online?
- Denk je dat je in een filterbubbel zit? Waarom wel of niet?
- Denk je dat je in een echokamer zit? Waarom wel of niet?
- Zie je vaak dezelfde soort reacties op content?
- Hoe zorg je ervoor dat je op sociale media ook andere meningen blijft zien dan je eigen mening?
- Hoe kan je uit een filterbubbel geraken? Hoe kan je je algoritme beïnvloeden?
- Kan je voorbeelden van bubbels in je dagelijks leven vinden? Denk bijvoorbeeld aan iets gaan drinken op café met vrienden, hobby, sport, vereniging, vakantiewerk, gamen ...

Achtergrondinfo

- **Kijk naar de woordenlijst voor duiding begrippen: sociale media, algoritmes, filter bubble, echokamer.**
- Veel online fenomenen werken volgens hetzelfde principe: ze beginnen onschuldig, verlagen zo de drempel en trekken mensen langzaam mee richting extremere ideeën of gedrag. Zo wordt extreme content mainstream, en kunnen jongeren tot bepaalde handelingen gedreven worden. We spreken dan van het **mainstreamen van radicale of extreme ideeën**.
- Wat begint als onschuldige filmpjes over sport, discipline of succes, blijkt vaak doordrongen van traditionele en toxische denkbeelden. De aantrekkingskracht van deze content zit in de mix van **herkenbare, soms waarheidsgetrouwe elementen** met een radicaler wereldbeeld:
 - Een feitelijke waarheid: 'Vrouwen doen het goed op universiteiten'
 - wordt gekoppeld aan een subjectieve interpretatie: 'Mannen worden dus benadeeld door het systeem'
 - gevolgd door een toxische conclusie: 'Word daarom dominant, leid en wees ongenaakbaar'

Voorbeeld

Een jongen kijkt een video over fitness. Daarna krijgt hij een video met de titel '5 tips om een stoere man te worden', gevolgd door een clip die vrouwen neerzet als 'golddiggers' die enkel op mannen met geld vallen. Binnen enkele honderden video's is de toon ongemerkt verschoven van motiverend naar vrouwonvriendelijk.

Eindtermen

Dit lespakket behandelt de volgende sleutelcompetenties en eindtermen (na modernisering).

Sleutelcompetentie

- Burgerschap
- Digitale competenties
- Leercompetenties
- Nederlands
- Sociaal-relatieve competentie

2de graad secundair onderwijs – Finaliteit doorstroom – na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)
- 04.05 De leerlingen analyseren de impact van digitale systemen op de maatschappij vanuit principes van computationeel denken. (Digitale competenties)
- 13.4 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.01 De leerlingen bepalen het onderwerp, de hoofdgedachte en de hoofdpunten bij het doelgericht lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02.02 De leerlingen beoordelen doelgericht informatie op betrouwbaarheid, correctheid en bruikbaarheid bij het lezen en luisteren. (Nederlands)
- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02.06 De leerlingen spreken en schrijven doelgericht.
- 02.08 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie. (Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)

2de graad secundair onderwijs – Finaliteit arbeidsmarkt– na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)
- 04.05 De leerlingen analyseren de impact van digitale systemen op de maatschappij vanuit principes van computationeel denken. (Digitale competenties)
- 13.4 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.01 De leerlingen bepalen het onderwerp, de hoofdgedachte en de hoofdpunten bij het doelgericht lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)

- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02. 05 De leerlingen spreken en schrijven doelgericht.
- 02.07 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie.(Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)

2de graad secundair onderwijs – Dubbele Finaliteit – na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)
- 04.05 De leerlingen analyseren de impact van digitale systemen op de maatschappij vanuit principes van computationeel denken. (Digitale competenties)
- 13.04 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.01 De leerlingen bepalen het onderwerp, de hoofdgedachte en de hoofdpunten bij het doelgericht lezen en beluisteren van teksten. Nederlands)
- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02. 05 De leerlingen spreken en schrijven doelgericht.
- 02.07 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie.(Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)

3de graad secundair onderwijs – Finaliteit doorstroom – na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)
- 13.04 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02.08 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie.(Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)

3de graad secundair onderwijs – Finaliteit arbeidsmarkt– na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)

- 13.04 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02.07 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie.(Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)

3de graad secundair onderwijs – Dubbele Finaliteit – na modernisering

- 07.02 De leerlingen reflecteren over het relationele, gelaagde en dynamische karakter van identiteit. (Burgerschap)
- 07.03 De leerlingen lichten toe hoe verschillende vormen van diversiteit verrijkend en uitdagend zijn voor het samenleven. (Burgerschap)
- 07.04 De leerlingen gaan geïnformeerd, beargumenteerd en constructief in dialoog over maatschappelijke thema's. (Burgerschap)
- 13.04 De leerlingen zoeken doelgericht informatie in diverse bronnen en verwerken die op een kritische en systematische manier. (Leercompetenties)
- 02.03 De leerlingen selecteren relevante informatie bij het lezen en beluisteren van teksten. (Nederlands)
- 02.08 De leerlingen nemen doelgericht deel aan mondelinge en schriftelijke interactie.(Nederlands)
- 05.01 De leerlingen gaan respectvol en constructief met anderen in interactie rekening houdend met elkaars grenzen. (Sociaal-relatieve competentie)