|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Eindproducten | |  |
| Hoe media ons beïnvloeden | |  |
| Social media: Fake it until- you Make it – The power of money | | |
| Naam | Leila Stöcker |  |
|  |  |  |
| Studentnr | 500903998 |  |
| Klas | N102A |  |
|  |  |  |
| Module | Hoe moedia ons beïnvloeden |  |
| Docent | Anuska Oosterhuis, Arzu Celik, Michiel Nolst Trenite |  |
| Datum | 17-1-2023 |  |

## Link naar de video:

## Verantwoording

**Verantwoording aan de opdrachtgever**

1. Leg uit hoe je tot de invalshoek van jouw explainervideo bent gekomen. Beschrijf daarbij het actuele maatschappelijke vraagstuk waarop jij verschil wilt maken en noem daarbij een ethisch dilemma. Gebruik twee actuele nieuwsbronnen ter onderbouwing.

Ik heb gekozen voor framing omdat ik hier zelf veel mee in aanraking kom. Ik wil verschil duidelijk maken hoe framing invloed heeft op de mentale gezondheid van jongeren.

De afgelopen jaren is het schoonheidsideaal drastisch veranderd. Op instagram worden voortdurend foto’s geplaatst van modelle met maat 32, vollelippen, kleine neuzen en een perfete onberispelijke huid. Door de druk van sociale media zijn we gaan geloven in een onrealistisch,vervormd en onbereikbaar zelfbeeld.   
Als gevolg van deze constante vervormde beelvorming, door bijvoorbeeld photoshop, filters en specifiek gekozen lichtinvallen hebben we allemaal een bepaald ideaalbeeld in ons hoofd ontwikkeld. Waarbij we denken dat flubberende armen, een buikje, grotere neuzen en vollere benen not done zijn.

Ik ben van mening dat framing een negatieve invloed heeft specifiek gefocust op het zelfbeeld van Gen-z. Mijn doel in deze stone is het duidelijk maken van de gevolgen op je zelfbeeld van framing op jouw favoriete sociale media. Jongeren zijn namelijk enorm beïnvloed in de jaren tussen 13 en 17 jaar, ze zitten dan midden in hun puberteit wanneer ze zichzelf beter leren kennen en ze veranderen zowel fysiek als mentaal. Daarom wil ik duidelijk maken hoe je framing kan herkennen, wat de gevolgen hiervan zijn en hoe je jezelf hiervoor kunt beschermen. De jongeren spiegelen zich namelijk met onrealistische beelden die hun favoriete influencers naar hun delen. De beelden die ze delen zijn vaak de mooiste uitgelichte momenten en daarnaast zijn ze ook nog zo onopvallend mogelijk bewerkt. Ik heb me specifiek hierop gefocust omdat ik zelf merk dat ik me onbewust ook spiegel, waardoor de onzekerheid in mij gevoed wordt.   
Het etisch dilemma wat ik dan ook wil benoemen is dat ik vind dat er gezorgd moet worden dat er bijvoorbeeld geen filters meer gebruikt worden op Instagram en dan vooral gezicht veranderende filters. De complete gefotoshopte beelden van instagram halen is helaas geen haalbaar doel, maar dit zou wel zorgen voor sociale media wat de realiteit daadwerkelijk representeert.

NU.nl. (2017, 23 juni). *Jennifer Lopez ontkent geruchten over gebruik van Photoshop*. <https://www.nu.nl/achterklap/4790280/jennifer-lopez-ontkent-geruchten-gebruik-van-photoshop.html>

*Schoolfotografen in de weer met Photoshop: “Kan kind onzeker maken”*. (2022, 23 december). RTL Nieuws. <https://www.rtlnieuws.nl/editienl/artikel/5354943/schoolfotografen-photoshop-geretoucheerde-schoolfoto-pasfoto-wenselijk>

1. Laat zien dat jij je in deze stone tot beginnend expert hebt ontwikkeld op het gebied van media beïnvloeding. Benoem minimaal drie bronnen uit de verplichte literatuur. En benoem minimaal twee bronnen over jouw invalshoek.

Toen ik begon met deze stone had ik geen enkele kennis van media beïnvloeding. Ik had wel weet van de term fake nieuws, maar daar stopte het dan ook.   
Door deze stone heb ik de verschillende onderdelen en thema’s in fake nieuws leren kennen, begrijpen en herkennen. Ik heb geleerd wat over verschillende onderdelen van fake nieuws namelijk: filterbubbel, framing, desinformatie en wie krijgt er een podium. Ik heb me gespecificeerd op framing, maar ben door de andere medestudenten ook geïnformeerd over hun thema’s.

Beeld & Geluid in Den Haag. (2021, 17 mei). *Wat is een betrouwbare nieuwsbron?* <https://denhaag.beeldengeluid.nl/nieuws/wat-is-een-betrouwbare-nieuwsbron/>

De bron van beeld & geluid heeft mij leren kennis maken met deze stone .in deze bron wordt duidelijk uitgelegd wat fake nieuws is. Daarnaast wordt ook besproken wanneer een bron betrouwbaar is en hoe je deze kunt herkennen. Dit was nuttig voor het zoeken van de bronnen voor het onderzoek, maar ook voor het herkennen van fake nieuws.

Ook word er besproken dat het momenteel lijkt of er 17 miljoen journalsiten zijn, dit omdat IEDEREEN nu zelf op internet kan posten. Dit is dan ook voor toepassing op mijn onderwerp. Iedereen kan zijn eigen foto’s delen met de buitenwereld zonder bijvoorbeeld een keurmerk. Wie controleert er dus of de beelden die jou favoriete influencers delen niet geframed zijn. De influencers zijn zo goed geworden in het framen van hun foto’s door bijvoorbeeld photoshop en filters dat je wanneer je door je sociale media scrollt je niet ens het vershcil ziet. De beelden die je ziet lijken geloofwaardig, maar dat zijn ze niet.   
Dit is mij ook duidelijk geworden naar mate mijn onderzoek, om dit ook duidelijk te maken aan de doelgroep heb ik bepaalde fragmenten in mijn video verwerkt waar onbewerkte beelden worden vergeleken met de daadwerkelijk geposte beelden.

Wessels, M. (2016, 2 januari). *Hoe bepalen de media via framing de publieke stemming?*Communicatie uitgelegd aan de hand van theorie en praktijk. <https://communicatieuitgelegd.nl/communicatie/hoe-bepalen-de-media-via-framing-de-publieke-+stemming/>

Deze bron specificeert zich op framing. In deze bron wordt uitgelegd hoe de media, en dan specifiek nieuws wordt beinvloedt door framing. Hoe de media inspeelt op bijvoorbeeld emoties om zo framing toe te passen.   
In deze bron wordt ook gezegd: ‘De medai bepaald grotendeels waar in de maatschappij over gepraat wordt en kan daarmee ook de opinie sturen.’ Dit is dan ook toepasselijk bij mijn onderwerp. Doordat de maatschappij de verheerlijkte beelden van de infleuncers boost zijn dit dan ook de beelden die jij continu uitgelicht op jou sociale media voorbij ziet komen. Door de mooiste en beste beelden van zichzelf, hun leven en alles wat hier bij komt kijken zo te vervormen en te delen krijgen deze mensen een podium. De jongere doelgroep is vatbaar voor deze beelden en gaat zichzelf vergelijken met onrealistische beelden. Onder de doelgroep merkte ik wanneer ik met deze stone bezig was dat het al snel vergeleken wordt met het uiterlijk en schoonheidsideaal. Dit is namelijk het enige wat je daadwerkelijk ziet van deze ‘voorbeelden’, je kent ze niet persoonlijk dus je gaat je vergelijken met dat wat je ziet. Alle mogelijke andere minpunten heb jij geen weet van en zullen zij ook zeker niet gaan delen met de buitenwereld, omdat ze dus bewust alleen deze verheerlijkte mooie beelden delen.

Noordhuis, A. (2021, 22 januari). *Wat is framing?* Nederlands Debat Instituut. <https://www.debatinstituut.nl/bibliotheek/debatteren/wat-is-framing/>

Ook deze bron ging specifiek over framing. Namelijk hoe je doormiddel van framing gebruik kan maken van woorden, of in dit geval beelden, om de eerste reactie te beïnvloeden van de lezer of kijker, dit kan op een positieve of negatieve manier. Ik vond de YouTube video hierbij ook erg leerzaam door het voorbeeld wat wordt benoemt en uitgelegd. Er wordt verteld dat je een sstandpunt, emotie of gevoel kunt oproepen wanneer de kijker jou beeld ziet. In mijn standpunt is dit dan ook wanner de doelgroep dus over bijvoorbeeld hun tiktok scrollt. Dek ijker ziet een video van zijn/ of haar favoriete tiktokker en gelijk is te zien dat de huis straalt, er is geen vlekje of puistje te bekennen. De kijker denkt direct wauw had ik dit ook maar en waarom heb ik dit niet ook. Echter is er niet duidelijk vermeld dat er een filter op de video zit en is dit dan ook nergens aan af te zien.

Ik ben hier tijdens deze stone achter gekomen omdat ik zelf deze kijker was. Ik heb een tijd met acne gelopen en ben hier enorm onzeker en ongelukkig door geworden. Het enige wat ik zag waren meiden met de mooiste en gladste huid. Ik heb mijzelf continu vergeleken met hun, terwijl ik er dus door deze stone achterkwam dat er filters kunnen worden toegevoegd in de app, zonder bijvoorbeeld enige vermelding.   
Door deze stone ben ik bewuster geworden naar hoe ik mijn sociale media beinvloed, maar ook hoe ik sociale media mijzelf laat beinvloeden.   
Ik ben losgestapt van de voorgeschotelde ideaal beelden, ben me gaan focussen op mijzelf en gestopt met het vergelijken aan deze onrealistische ideaalbeelden.

[van Galen, I. (2020, 2 februari).](file:///Users/leilastocker/Downloads/CO:CB/van Galen, I. (2020, 2 februari). Sociale media: veel invloed op zelfbeeld jongeren. Metronieuws. https:/www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/02/social-media-veel-invloed-op-zelfbeeld-jongeren) *[Sociale media: veel invloed op zelfbeeld jongeren.](file:///Users/leilastocker/Downloads/CO:CB/van Galen, I. (2020, 2 februari). Sociale media: veel invloed op zelfbeeld jongeren. Metronieuws. https:/www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/02/social-media-veel-invloed-op-zelfbeeld-jongeren)* [Metronieuws. https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/02/social-media-veel-invloed-op-zelfbeeld-jongeren/](file:///Users/leilastocker/Downloads/CO:CB/van Galen, I. (2020, 2 februari). Sociale media: veel invloed op zelfbeeld jongeren. Metronieuws. https:/www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/02/social-media-veel-invloed-op-zelfbeeld-jongeren)

Deze bron ging specifiek over mijn invalshoek. Ze bespreken hoe sociale media invloed heeft op het zelfbeeld van jongeren. Er wordt duidelijk besproken hoe photoshop,filters en bijschrift invloed hebben op het zelfbeeld van jongeren. Door he tlezen van dit artikel werd mij duidelijk dat wat ik zelf heb gemerkt tijdens bijvoorbeeld mijn periode waarin ik worstelde met acne, niet alleen mijn persoonlijke probleem was maar dat meer jongeren hier last van hebben. Ook werd er duidelijk aangegeven dat steeds meer mensen zich tegenwoordin zorgen lijken te maken over deze invloeden.   
In deze bron wordt ook een influencer benoemd die zich helemaal niks aan trekt van de zogenaamde schoonehidsidealen. Ik heb dit artikel gelezen en ben gaan kijken op haar social media. Doordat ik deze periode ben uitgegroeid tot een beginnend expert besloot ik hier en voorbeeld aan te nmen. Ik was dan ook direct door haar onder de windruk en kon haar mening enorm waarderen.   
Ik ben doordat ik deze periode ben uitgegroeid dit beginnen expert dan ook van mening dat eerlijke foto’s met bijvoorbeeld een puistje, een niet aangespannen of bewerkte sixpack ook prachtige beelden zijn om te delen.   
Ook ben ik er bewust van geworden dat ik niet meer ga delen wat het publiek wil zien, maar waar ik zelf gelukkig van word als ik het zie. Als dit niet voldoet aan het onrealistische ideaalbeeld wat we momenteel allemaal in ons hoofd hebben, is dit vanaf nu niet meer mijn probleem en hoop ik dat meer mensen deze denkwijze met mij willen delen.

Pardoen, J. (2020, 21 augustus). *Zelfbeeld tieners beïnvloed door sociale media*. Bureau Jeugd & Media. <https://www.bureaujeugdenmedia.nl/zelfbeeld-tieners-beinvloed-door-sociale-media/>

Deze bron bevat een onderzoek van de UVA. Het is al langer bekend dat iemands zelfbeeld belangrijke gevolgen heeft voor zijn/haar welzijn en gezonheid. Jongeren die veel belang hechten aan hun uiterlijk en negatief over zichzelf denken, hebben vaan ook mentale gezondheidsprobleme. Daarom proberen onderzoekers, zorgverleners, ouders en leerkrachten te begrijpen hoe het zelfbeeld gevormd wordt. Een factor die van invloed is op het zelfbeeld is de ervaringm et media. Doordat jongeren continu online zijn op sociale media komen deze ideaalbeelden in enorme hoeveelheden.   
Kinderen scrollen gemiddeld uren op tiktok, als je beseft dat iedere video 10 seconde duurt worden ze alleen daar al door honderden ideaalbeelde gebombardeerd.

In het uitgevoerde eperiment bleek online zelfpresentatie inderdaad zelfobjectivering te veroorzaken bij vrouwen. Dit effect trad alleen op bij vroemer die kort daarvoor waren blootgesteld aan media die gericht waren op het objectiveren van vrouwen, waarbij het uiterlijk centraal staat. De blootstelling aan deze media zprgde waarschijnlijk voor de verwachting dat ze zelf ook op hun uiterlijk beoordeeld zouden worden, wat leidde tot een toename in zelfobjectivering.   
Deze bron inclusief het onderzoek heeft mijn standpunten en denkwijze onderbouwd.

Overall heeft deze stone mij als persoon veel wijzer en bewuster gemaakt. Ik ben realistischer gaan kijken naar de wereld en mensen om mij heen en heb hierdor een realistischere denkwijze gekregen.

Door alle onderzoek die bij deze stone waren verbonden is deze bewustwording ook onderbouwd. Ik kan nu als een beginnend media expert de media die ik bekijk beoordelen en relativeren.

1. Wat zijn de twee belangrijkste inzichten die je hebt opgedaan naar aanleiding van de opdrachten voor het mediadagboek? Licht toe hoe je deze inzichten verwerkt hebt in je video.

Ik heb inzicht gekregen op mijn media gebruik en de gevolgen hiervan. Eerst is mijn mediagebruik onder de loop gelegd, wat doe ik nou precies al die tijd op mijn telefoon. Voor ik het door heb zit ik namelijk alweer een uur te scrollen en naar onzinnige videos te kijken. Ik merkte dat ik een hoop tijd verspilde met nutteloze dingen doen op mijn mobiel. Het steeds meer gebruik maken van mijn telefoon is er dan ook onbewust ingeslopen, door deze stone ben ik weer bewuster met waar ik precies mijn tijd aan besteed. Door de kleine ‘obsessie’ met mijn telefoon kon ik zelfs niet wachten op een tram zonder onbewust gelijk mijn telefoon erbij te pakken. Daardoor mis je de kleine leuke momenten als een gesprekje met een vreemde, door minder aandacht te schenken aan mijn telefoon ben ik hier meer waarde aan gaan hechten. Door deze stone ben ik meer uit mijn sociale media bubbel gestapt, ik ben meer gaan leven in de daadwerkelijke wereld. Ik merkte dat ik zoals hierboven genoemd onbewust in een eigen wereld gaan leven waarin sociale medai een hoofdrol speelde. Dit is ongezond en er zijn zoveel meer mooiere, leukere en beter dingen te doen dan zoveel tijd te besteden aan sociale media.

Daarnaast heb ik ook inzicht gekregen in de gevolgen van media en hoe deze mij persoonlijk beïnvloedt. Onbewust merk ik dat ik erg onzeker ben geworden sinds ik gebruik maak van sociale media. Ik ben mezelf constant aan het vergelijken met onrealistische beelden, de ‘perfecte plaatjes’. De opdrachten van het medaidagboek kon ik direct herkennen in mijn eigen leven. Ook de dingen die ik terug laz in de bronnen en onderzoeken diei k gedaan heb kon ik direct terugkoppelen naar bepaalde periodes in mijn eigen leven. Ik merkte dat ik continu van de ene ongezonde obsessie naar de andere gig. Het is begonnen bij mijn periode waarin ik acne heb. Toen dit eenmaal was opgelost is dit overgegaan in een periode waarin ik enorm gefocust was op mijn lichamelijke bouw, ik ben toen ongezond weinig gaan eten en teveel gaan sporten. Ik was mij voor deze stone niet bewust dat dit gebeurde en heb dit helemaal niet doorgehad. Voor mijn gevoel was ik op dat moment bezig met mezelf ‘verbetern’. Niks was dan ook minder waar. Nu ik me hier meer in ben gaan verdiepen heb ik voor mezelf afgesproken hierop te letten zodat ik hier niet in mijn onderbewustheid mee bezig blijft en weer terug val in dit ritme. Ik heb hier ook met vriendinnen over gesproken en een aantal vriendinnen onderbouwde dit dan ook en hadden dit ook niet door. Ook is mij duidelijk geworden dat ik over bepaalde onzekerheden kan praten, ik praatte nergens over en hield alles voor mezelf. Toen ik deze onzekerheden en obsessies tijdens deze stone met mijn omgeving had besproken werden deze dan ook ontkracht en kreeg ik te horen: ‘je bent goed zoals je bent en niemand is zo zoals jij bent’. Ik werd hier emotioneel van en dit heeft mij laten relativeren. Je hoeft je niet te speigelen en vergelijken met andere, want iedereen is speciaal en goed zoals je bent.   
Door deze stone heb ik beter inzicht gekregen op wat ik nou wel en niet moet geloven op (sociale) media en hoe deze ons daadwerkelijk zowel fysiek als mentaal beïnvloeden.

1. Tijdens deze stone doe je doorlopend onderzoek naar jouw doelgroep. Leg uit hoe de conclusies uit dat onderzoek hebben geleid tot keuzes voor de inhoud en vorm van de explainervideo.

* Humor, ‘wanneer een video geen humor bevat, wordt het al snel saai’ dit werd gezegd in het interview met Brenda de Koning. Hieruit heb ik de conclusie getrokken dat ik de video niet te zwaar beladen wil laten overkomen, maar dit probeer luchtig te houden dmv humor.

Ik heb ook een aantal memes en grappige plaatjes verwerkt in mijn video. Daarnaast heb ik de video luchtig gehouden en heb ik een hoop herkenbare situaties terug laten komen in bijvoorbeeld de voorbeelden die ik heb getoond en de uitspraken over Kim Kardashian haar billen.

* Visuals, Gen-z zijn beelddenkers. Alles wat ze zien met beelden wordt veel beter opgeslagen. (van den Dungen, 2019, 29 mei). Ik door mijn video memes, fotos en videos verwerkt. Dit heeft mijn standpunt onderbouwd, daarnaast lieten bijvoorbeeld de videos duidelijke voorbeelden zien waar de jongeren geframed worden.
* Speels, ‘de video moet niet te serieus zijn, dan blijf in niet geinteresseerd’. Dit wordt verteld in het interview met Sarah Havermans. Ik heb de doelgroep luchtig en speels aangesproken. Daarnaast ben ik niet uit mijneigen leeftijdsrol gestapt. Hierdoor komt her voor de doelgroep niet voer alsof een persoon ouder, wijzer etc. een oninteressant verhaal verteld, maar eerder alsof een leeftijdgenoot ze iets wil aantonen en leren.
* Kleur gebruik, ik heb geprobeerd mijn greenscreen naar kleur te editen alleen dit was helaas niet gelukt. Ik heb er dus uiteindelijk voor gekozen om deze zwart te maken. Daarnaast zij ner wel een hoop fotos en videos van bijvoorbeeld de fotos, maar ook de iconen van de gebruikte sociale media zichtbaar waardoor er toch veel kleur terug komt. Naderhand vond ik dat het zwart de rust in de video behield doordat er door de edits toch nog veel beweging en kleur te zien is in de video.
* Snel aandacht trekken, ze willen weten of het de moeite waard is en waar ze aan toe zijn (Schoonen, D. 2022, 4 mei). Daardoor ben ik begonnen met een tiktok die ze wellicht zelf ook wel op hun for you page zouden zien met daarna een vraag. Je toont de doelgroep gelijk en herkenbare situatie, die ze terugkoppelen naar hun eigen leven. Doordat ze het terugkoppelen naar hun eigen leven zullen ze geinteresseert zijn en zullen ze willen weten wat er verder nog in de video wordt verteld omdat er mogelijk nog meer toepasselijk en herkenbaar voor hun zou kunnen zijn.

De belangrijkste dingen die ik mee wilde nemen in mijn video was dat het een grappige, speelse en tegelijk interessante video zou worden. Ik heb gekozen voor verschillende visuals en kleuren om zo de doelgroep geïnteresseerd en nieuwsgierig te houden. Daarnaast heb ik gelet op mijn woordkeuzes, deze heb ik aangepast aan de doelgroep. Zodat het dus voelt als een gesprek onderling, ik deel mijn standpunt en laat zien hoe zij onbewust hierdoor beinvloedt worden. Ik vind het ook belangrijk dt de doelgroep mij vertrouwd, ze het gevoel hebben dat wat ik spreek de waarheid is en dat ze dit dan ook terug kunnen reflecteren op hun eigen denkwijze en manier van leven.

1. Leg uit waarom jouw explainer video overtuigend is voor de doelgroep. Verantwoord met kennis van media beïnvloeding en onderzoek. Vertel daarbij hoe je ethos/pathos/logos en de structuur van jouw verhaal hebt gebruikt om de doelgroep te beïnvloeden.

Ik ben van mening dat mijn explainer video overtuigend is voor de doelgroep door verschillende aspecten. Ten eerste omdat ik het zelf presenteer, ik val dan wel net buiten de doelgroep maar toch zal de doelgroep het eerder aannemen van een leeftijdgenoot. Daarnaast vind ik het een overtuigende video door de verschillende voorbeelden. De voorbeelden zijn herkenbaar en komen ze dan ook in de praktijk dagelijks tegen, hier zullen ze herkenning uit halen. Ik heb tijdens het schrijve van het script ook rekening gehouden met mijn woordkeuzes om het zo goed mogelijk voor de doelgroep te verwoorden en uit te leggen waardoor het goed te begrijpen is.

Ook is de video in beeld en kleur afgestemd op de doelgroep.

Naast deze aspecten is het gedeelte van de expert ook belangrijk en overtuigend omdat ze het dan ook van een extern volwassen persoon horen, hierdoor wordt duidelijk dat het een serieus probleem is.  
In de video worden verschillende dingen uitgelegd, de herkenbare voorbeelden, de gevolgen, hoe je framing kunt herkennen en hoe je jezelf ertegen kunt beschermen. Door deze volledige uitleg wordt de video ook overtuigend.

**Verantwoording aan de studie**

1. Leg uit in hoeverre jij je bij het werken aan deze stone hebt ontwikkeld op het gebied van reflecteren op de kwaliteit van het werk.

Kernactiviteit 1:

Ik heb gekozen voor dit maatschapelijke issue omdat ik hier zelf enorm veel mee heb geworsteld. Ik ben enorm onzeker en heb daarnaast ook veel last gehad van faalangst. Ik merkte al snel dat dit resulteerde op een manier van leven waarin ik het nooit goed deed of nooit goed genoeg ben. In deze stone heb ik door bijvoorbeeld het onderzoek doen geleerd dat de manier waarop jij jezelf beinvloed enorme gevolgen kan hebben, dit heb ik dan ook geprobeerd duidelijk te maken in de video. Ik heb mijn onzekerheden en denkwijze gedeeld met mijn omgeving en leeftijdsgenoten en ik kreeg hier veel herkenning in. Ik had me graag meer persoonlijk opengesteld in deze periode. Ik merkte dat ik dit onderwerp in het begin voornamelijk koos omdat het mij interessant leek, maar had niet door dat dit iets is waar ik persoonlijk ook in verzonken was. Doordat dit mij aan het einde van de periode duidelijk werd besef ik me nu dat ik de stone (en in dit geval vooral de invalshoek) dus veel meer kon bestuderen door simpel weg deze terug te koppelen naar mijn eigen leven. Ik was in die zin werkgericht bezig terwijl het een onderwerp is wat speelt op je mentale gezondheid. Ik had minder objectief kunnen zijn en mijn eigen persoon meer open stellen voor de stone inplaatsvan het alleen te koppelen aan het afronden van deze stone en het proces van het maken van een eindproduct.

Ik wil de volgende periode dan ook miner objectief bekijken en meer terugkoppelen naar mezelf.

1. Leg uit in hoeverre jij je bij het werken aan van deze stone hebt ontwikkeld op het gebied van eigen (effectieve) handelen.

Ik vond het een leerzame stone, ook was deze stone heel anders vergeleken met de vorige.

Zoals ik eerder al vertelde vond ik het onderzoek deel en de doelgroep analyse leuk en leerzaam om te maken.   
Ik vond het zoeken van een expert en ervaringsdeskundige een stuk moeilijker. Ik heb heel veel verschillende mensen gecontacteerd maar er kwam of geen antwoord of een nee. Hierdoor heb ik wel erg gestrest tijdens het maken van deze stone. Ik was wel op tijd begonnen met zoeken maar het ging alsnog niet zoals verwacht en gepland, dit wil ik de volgende stone anders aanpakken. Ik stap niet graag op mensen af en dingen als mijn accent hebben mij onzeker gemaakt. Ik merkte al zo gauw ik in deze stad kwam dat er geen dag voorbij ging waarop mensen er op een spottende wijze niks over zeiden. Hierdoor heb ik geen experts gebeld maar enkel gemaild. Ik wil de volgende periode mijn experts gaan bellen ipv mailen om het persoonlijker te maken. Daarnaast had ik medeleerlingen om hulp kunnen vragen of hun mogelijke experts in hun omgeving hadden, ook dit heb ik niet gedaan maar wil ik volgende periode zeker doen.

Ten slot hebben we ook nog een mediadagboek gemaakt. Dit vond ik erg leuk, ik kon hier mijn eigen gedachtes en ervaringen uiten. Daarnaast waren de opdrachten in het mediadagboek divers en goed in elkaar gezet. Door de opdrachten in het mediedagboek ben ik de terugkoppeling duidelijk gaan maken naar mijn eigen leven zoals eerder in de verantwoording verder beschreven.

1. Leg uit in hoeverre jij je bij het werken aan deze stone hebt ontwikkeld op het gebied van uitwisselen en leren van feedback.

Het moment toen Michiel met mij de treatment ging bespreken is een moment wat mij is bijgebleven. Ik heb toen punten opgenoemd waarover ik twijfelde of onzeker was en hij ging al deze punten met mij bespreken en kijken wat er mogelijk verbeterd kon worden. Ik heb hiervan geleerd dat ik vaker naar de docent toe mag stappen met vragen, ik kijk graag de kat uit de boom maar ik merk dat dit niet altijd positieve gevolgen heeft voor mij. Ook merkte ik dat de andere docenten altijd openstonden voor feedback en vragen. Ik ga zeker in mijn volgende stones meenemen dat ik gewoon op de docent af mag stappen met vragen en niet altijd moet wachten op een feedback moment. Michiel zei namelijk ook: ‘Het is oke om te twijfelen over bepaalde dingen, maar vraag het dan dan kun je geholpen worden. We kunnen de vragen namelijk niet van je aflezen.’  
Een andere feedback les zijn we in groepjes verdeeld om elkaar script te bekijken. Toen heb ik met mijn medestudenten gebrainstormd over mijn ideeën voor de titel, ze hebben met me meegedacht en hun voorkeur gegeven. Diezelfde les heb ik dus ook de andere studenten geholpen met het verzinnen of verbeteren van onze titels, omdat er meerdere medestudenten waren die nog geen titel hadden of hun twijfels hadden. Ik heb met Sara gebrainstormd over onze titels en merkte dat ik niet de enige was met twijfels. We hebben afgesproken bij volgende periodes vaker naar elkaar toe te gaan wanneer we vastlopen of twijfels hebben.

***Treatment***

# De opdracht

In deze opdracht wordt onderzocht wat de impact van (sociale) media is op jongeren en hoe de meningen en keuzes en daarmee ook op de maatschappij worden beïnvloedt. Algoritmen, filterbubbel en andere beïnvloedingsmechanisme spelen een grote rol in (sociale) media. Waar ligt de grens tussen informeren, beïnvloeding en manipulatie? En hoe onderscheid je fake news van echte gebeurtenissen? Er wordt onderzocht hoe fake news ontstaat, hoe je een nieuwsbron kunt beoordelen en hoe je meer regie houdt op je eigen mediagebruik.

Met deze kennis wordt er een explainervideo geproduceerd voor scholieren 02.30 tot 03.00 minuten. Hierin maak je hen bewust van het effect dat (sociale) media heeft; soms nuttig en verrijkend, soms verraderlijk.

**De opdrachtgever**

Beeld & Geluid is een instituut gebaseerd in Hilversum en Den Haag. Beeld & Geluid is de plek waar media samenkomen. Beeld % Geluid beheert een van de grootste gedigitaliseerde media archieven ter wereld. Beeld & Geluid verlicht de actualiteit vanuit media historisch perspectief, ze laten doormiddel van bijvoorbeeld workshops zien hoe je media kunt inzetten om je eigen verhaal te vertellen en daarnaast tonen ze de invloeden van media op je persoonlijke leven en de samenleving.

**Probleemstelling**

Jongeren zijn volledig gemanipuleerd en verslaafd aan hun (sociale) media, zonder dat ze bewust zijn van de impact en gevolgen op hun eigen persoonlijke ontwikkelingen, denkwijze, mentale gezondheid en daardoor ook indirect de samenleving.

**Hoofdvraag**

Wat is framing, hoe herken je dit en wat zijn de impacten en gevolgen?

**Keuze invalshoek**

Framing van het schoonheids ideaal heeft een negatieve invloed op het zelfbeeld van gen-z.

**Omschrijving doelgroep**

De doelgroep voor deze explainervideo zijn VMBO-scholieren tussen de 14 en 17 jaar, oftewel een onderdeel van gen-z. Gen-Z bestaat uit ruim 2,7 miljoen Nederlanders, dit is ongeveer 16% van de totale bevolking. 87% van de jongeren gebruikt dagelijks internet (CBS, 2019). Ze zijn dagelijks bezig met het checken en bijhouden van (sociale) medi zoals: Instagram, Snapchat, Youtube, Tiktok, Spotify, Netflix en ga zo maar door. Door dit grootschalige gebruik zijn ze de vormgevers van onze technologie (Schoonen, 4 mei 2022).   
De meesten van hen zijn nog erg jong, de oudste is nog maar net begin twintig, maar ze zijn al het onderwerp van valse beweringen en mythen over wie ze zijn en wat ze zullen worden. Deze generatie

Kan zich geen wereld voorstellen zonder technologie, dit heeft natuurlijk invloed op hun gedrag, keuzes die ze maken en hoe ze naar de wereld en toekomst kijken (Zwetsloot, 5 dec 2022). Door de gewenning van internet heeft deze generatie contacten met de hele wereld. Gen-z denkt praktisch en voelt zich verantwoordelijk om actie te ondernemen, ze geloven in onbegrensde mogelijkheden in vergelijken met voorgaande generaties (Francois, 25 juli 2019).

Generatie Z bevindt zich nu in een fase waarin enorm veel veranderd, de pubertijd. Daarnaast zijn ze fulltime bezig met uitstaling en uiterlijk. Wanneer hier dus negatief over wordt gedacht heeft dit belangrijke consequenties voor welzijn en gezondheid (Bureau jeugd en media, 2014).

Bij het produceren van de explainer video is het belangrijk om de doelgroep, instante bevrediging te bieden, snel aandacht te trekken, veel humor en visuals te gebruiken.

**Ontwerpcriteria vanuit desktop- en veldonderzoek (interviews)**

Bij het produceren van deze explainer video is het belangrijk om:

* Instante bevrediging bieden; deze generatie bestaande uit multitaskers verwerken informatie binnen korte tijd en hebben een concentratie spanne van 8 sec. Wees dus to the point!
* Snel aandacht trekken; ze willen snel weten of het kijken de moeite waard is en waar ze aan toe zijn, jongeren willen direct geinteresseerd zijn in de video, anders scrollen ze liever verder! Begin bijvoorbeeld met een herkenbare situatie of een vraag.
* Veel humor te gebruiken; Gen-z houdt enorm veel van memes en cartoons, de grappen kunnen bijna niet grof en droog genoeg zijn.
* Visuals; Instagram, Snapchat, Pinterest, Festivals, gifjes, films en ga zo maar door Generatie Z is er helemaal gek op!
* Kleur gebruik; ik ga de kleur roze gebruiken omdat deze vertrouwen wekt en het een levendige, jeugdige en spannende kleur is (van den Einden, 9 maart 2015).

**Inhoud/globale opbouw van de video**

Ik begin de video met een tiktok waarin je wordt geframed, deze bevat namelijk framing van het schoonheidsideaal. Doordat de kijker hierin zal trappen, zijn ze gelijk scherp, geïnteresseerd en nieuwsgierig in de eerste secondes van de video.   
Dan komt de titel in beeld met als achtergrond een andere tiktok met hierin ook weer framing.  
Daarna vertel ik wat korte informatie over framing en hoe dit gebeurd. Tussendoor zie je verschillende shots van voxpops en interviews.   
Vervolgens is de expert aan het woord, tijdens deze informatie is de presentator in beeld en verschillende beelden waar mensen hun mobiel gebruiken in openbare plekken, onderweg, buiten, in de tram etc.  
Aan het einde sluit ik de video af met een call to action en verhaaltje waarin een duidelijke boodschap zichtbaar is zodat jongeren bewuster kunnen worden van framing en hoe we framing tegen kunnen gaan.

Ik wil in de hele video verschillende effecten en edits plaatsen op een speelse manier, zodat het niet saai wordt voor de kijker.

**Outline van je video, incl. beeldmateriaal en toelichtingAfbeelding met tekst, verschillend, verschillende

Automatisch gegenereerde beschrijving**

**Productieplanning**

Week 3, 28 nov - 2 dec: filmen voxpops.

Week 4, 5 dec – 9 dec: mensen op straat filmen wanneer ze hun telefoons gebruiken.  
Week 5, 12 dec – 16 dec: interviews filmen met doelgroep.

Week 6, 19 dec – 23 dec: script volledig uitwerken. Daarna tijdelijke versie van de video opnemen voor het controle moment op 7 jan.   
Week 7, 9 jan – 13 jan: interviews expert en ervaringsdeskundige en editen.   
Week 8, 13 jan – 17 jan: alles afronden, verslagen checken en alles nakijken.

**Bronnenlijst**

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 23 februari). *Sociale media: gebruik en gebruikers*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/onderzoeksomschrijvingen/aanvullende-onderzoeksomschrijvingen/sociale-media-gebruik-en-gebruikers>

Delmee, I. (2020, 8 december). *What the fake? Een antwoord op misleidende foto’s op social media*. Frankwatching. <https://www.frankwatching.com/archive/2020/02/07/misleidende-fotos-social-media/>

Duffy, B & Shrimpton, H & Clemence, M & Thomas, F & Whyte-Smith, H & Abboud, T. (z.d).

*Filters op sociale media zorgen voor onrealistisch schoonheidsideaal vinden jongeren: ‘bij een selfie zonder denk ik ‘nah lelijk!’*. (z.d.). npo3.nl. <https://www.npo3.nl/3vraagt/filters-op-sociale-media-zorgen-voor-onrealistisch-schoonheidsideaal-vinden-jongeren>

Galen, I. van. (2020, 12 mei). *Social media: veel invloed op zelfbeeld jongeren*. Metronieuws.nl. <https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/2020/02/social-media-veel-invloed-op-zelfbeeld-jongeren/>

Havelaar. (2022, juni). *Fitspiration op sociale media: voor mannen een inspiratie, voor vrouwen een gevaar?.* <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=158939>

Hendriks & Dickhardt. (2021, 27 januari). *Instagram & Zelfbeeld.*

<https://nivoz.nl/uploads/PDF-uploads/Profielwerkstuk%20Lotte%20en%20Gwendolyn.pdf>

Johnsson. (z.d). *Adolescent Sleep and the Impact of Technology Use Before Sleep on Daytime Function.* <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0882596316300355>

Pardoen, J. (2020, 21 augustus). *Zelfbeeld tieners beïnvloed door sociale media*. Bureau Jeugd & Media. <https://www.bureaujeugdenmedia.nl/zelfbeeld-tieners-beinvloed-door-sociale-media/>

Raversloot, Rook, Wagener, Hashsish, Simpson & Beijer. (2019, oktober). *Wat zijn de risico- en beschermende factoren van social media op meisjes tussen 12 en 18 jaar?.* <https://studentweetraad.nl/wp-content/uploads/2019/10/ElanceEindversie-2.pdf>

Schoonen D. (2022, 4 mei). *Gen Z: hoe bereik je deze generatie? Kenmerken en 10 praktische tips!*. Shopify. <https://www.shopify.com/nl/blog/gen-z>

Yilmaz, N. (2021, 11 mei). *Gen Z; alles wat je als marketeer moet weten om deze doelgroep effectief te bereiken*. Onfluence. <https://onfluence.nl/gen-z-alles-wat-je-als-marketeer-moet-weten-om-deze-doelgroep-effectief-te-bereiken/>

Zwetsloot. (2022, 5 dec). *Generatie Z: 10 tips om deze groep te bereiken.*

<https://www.dpggrow.nl/inzicht/doelgroeponderzoek/generatie-z-10-tips-om-deze-groep-te-bereiken/?campaign=SEA_grow&gclid=Cj0KCQiA45qdBhD-ARIsAOHbVdEDN93C6DV-X4Pq1lZ9YP37_ptz6p8L6nbYyD5BCxxW0to6VCxdh3UaAgUnEALw_wcB>

**Bijlagen**

Afbeelding met persoon, binnen, poseren

Automatisch gegenereerde beschrijving**Afbeelding met persoon, muur, binnen, vrouw

Automatisch gegenereerde beschrijving**Geïnterviewde Sarah Havermans & Geïnterviewde Brenda de Koning

***Mediadagboek***

Dit mediadagboek heeft twee doelen:

* Jou een meer bewuste, kritische mediaproffesional maken.
* Jou input geven voor voor de eindopdracht van deze stone.

In dit mediadagboek ga ik de komende weken experimenten en opdrachten doen waarnaar ik naar mijn eigen gedrag en gedachtes kijk. Naast de opdrachten en experimenten kun je hierin ook terug vinden hoe mijn proces van deze stone is verlopen.

**Opdracht 1**

Ik heb mijn media gebruik bekeken over een week en 24 uur. Ik zit gemiddeld ongeveer 6 tot 6,5 uur per dag op mijn telefoon, dit vind ik zelf erg veel. Ik zit voornamelijk op sociale media’s zoals snapchat, instagram, tiktok, whatsapp en facetime. De meeste tijd zit ik op tiktok, snapchat en facetime. Op tiktok kan ik eindeloos naar korte onschuldige filmpjes kijken die vaak maar 10/20 seconde duren. Snapchat gebruik ik om filmpjes en fotos te delen van mijn dag en deze te sturen naar mijn vrienden zowel hier in de buurt als in Limburg. Facertime gebruik ik daarnaast ook veel, om vooral mijn moeder en vrienden in Limburg te bellen.

Ik merk dat deze sociale media’s een grote impact op mij hebben, door het gebruik van deze sociale media’s die precies laten zien wat ik wil zien is het erg aantrekkelijk om uren te scrollen. Ik merk dat hoe langer ik scrol op sociale media’s ik steeds dieper in dit kleine ‘eigen’ wereldje zink. Tiktok is een social media platvorm waar ik dan ook snel blijf hangen, door de korte filmpjes en het makkelijk door scrollen naar de volgende video heb ik niet door hoelang ik daadwerkelijk aan het kijken bent.

Naast de enorme hoeveelheid tijd die hieraan verloren gaat merk ik dat het ook impact heeft op mijn eigen mentaliteit. De filmpjes, fotos etc. die ik bekijk spiegel ik dan ook snel op mezelf waardoor er altijd kleine onzekerheden zijn die andere mensen die ik op bijvoorbeeld instagram zie niet hebben. Al zijn de beelden die je op sociale media’s ziet vaak ook geen werkelijkheid. Toch merk ik vaak dat deze onzekere gevoelens en gedachtes vaak dieper zitten dan dat ik besef en wil, vaak is dit dan te merken wanneer je naar jezelf kijkt en je onbewust gaat vergelijken met de verheerlijkte beelden van modellen en influencers op sociale media’s.

Als ik een bewuste visie op mijn sociale media gebruik richt weet ik dat ik een stuk ‘gelukkiger’ zou leven wanneer ik mezelf niet zou spiegelen met deze beelden en ik hierdoor ook een stuk minder onzeker zou zijn. Daarnaast levert het eindeloos scrollen niks op, behalve een hoop tijdverspilling. Toch lijkt het een soort automatisme om mijn telefoon te pakken wanneer ik bijvoorbeeld wakker wordt, onderweg ben met het ov, ergens moet wachten of wanneer ik even niks te doen heb.

**Experiment 1**

Ik heb mijn telefoon voor dit experiment een dag op mijn nachtkastje laten liggen nadat ik wakker werd en heb deze de hele dag niet gebruikt. Ik vond het niet lastig, maar het was wel even wennen. Nu merkte ik pas hoe vaak en hoe snel ik gewend ben om gebruik te maken van mijn telefoon.

Ik heb ook positieve ervaringen opgedaan aan dit experiment. Ik heb meerdere malen leuke en gezellige gesprekjes gehad in bijvoorbeeld de tram, de metro of wanneer ik ergens aan het wachten was omdat ik meer om me heen keek en je daardoor sneller even glimlacht naar een voorbijganger of een andere passagier die dan ook een gesprekje begint, dit kwam omdat ik niet aan het staren was naar een beeldscherm.

Ook merkte ik dat het gebruik van een telefoon niet zo noodzakelijk is als dat ik had verwacht. Ik ben al snel geneigd om mijn telefoon te pakken voor bijvoorbeeld het ov omdat ik hier nog erg aan moet wennen sinds ik van Maastricht naar Amsterdam ben verhuisd, maar wanneer je naar de borden kijkt of even om je heen vraagt is dit (wat voor mij zo aanvoelde als een) ‘probleem’ heel makkelijk en snel opgelost.

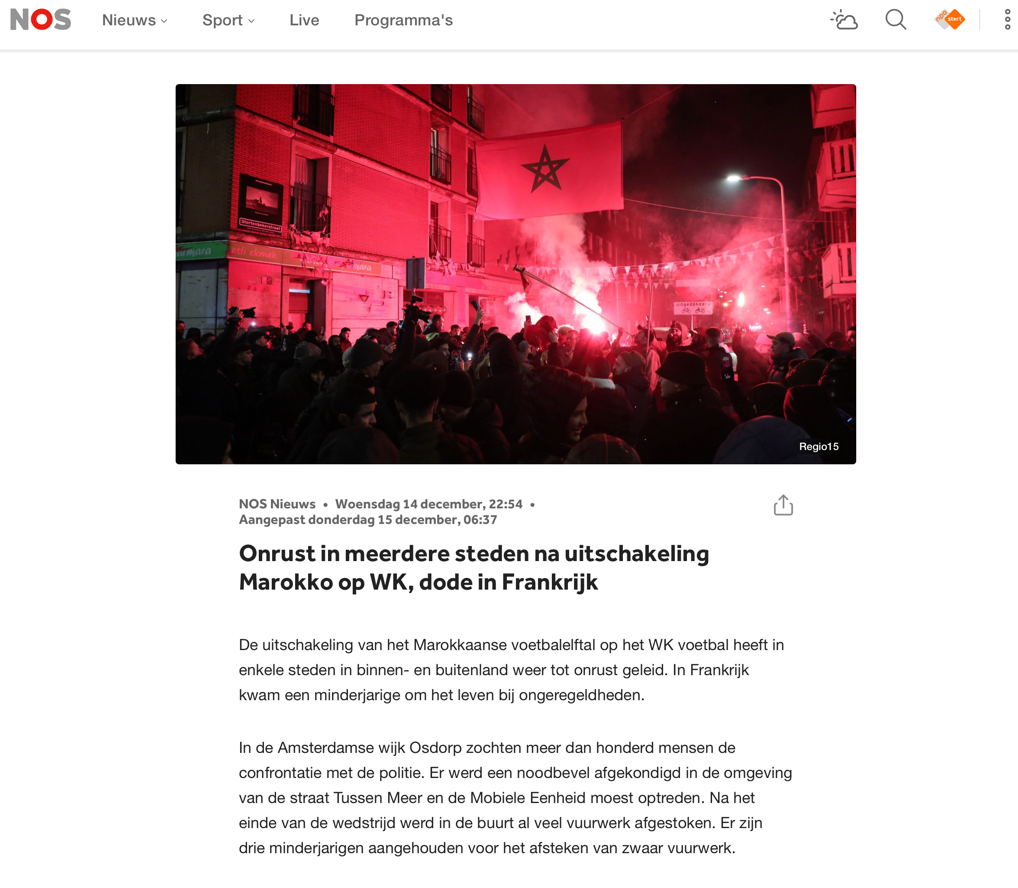
Afbeelding met tekst

Automatisch gegenereerde beschrijving**Experiment 2**

Voor dit experiment moest ik twee berichten uitlichten die ik heb gezien op serieuze journalistieke nieuwsmedia.

Als eerste bericht heb ik gekozen voor een artikel uit het AD. Dit artikel ging over het bekende merk Balenciaga. Ik had al verschillende ophef en discussie’s voorbij zien komen op onderandere Tiktok en Instagram over de campagne die ze gelanceerd hadden. In deze campagne waren namelijk schokende beelden te zien van een jong meisje met knuffels in tuigjes, bdsm- atributen en een computerscherm met hierop een document zichtbaar dat verwees naar een rechtzaak over kinderpornowetgeving. Ik ben zelf al langer geinteresserd en ’fan’ van dit merk en heb eerder niet zo’n ophef en discussie’s gezien over geposte beelden. Ik vond dit bericht erg geloofwaardig omdat ik zelf de campagne ook heb gezien en aandachtig heb bekeken. Door dit bericht is mij duidelijker geworden hoe je als merk of persoon om moet gaan met bepaalde lastige onderwerpen uit deze maatschappij, zoals Balenciaga die dit niet goed heeft aangepakt en uitgevoerd. Ook merkte ik dat de meningen over Balenciaga enorm snel verspreiden en je zelf videos zag van winkels die compleet leeg waren, mensen die hun Balenciaga spullen weggooide en enorme hoeveelheden persoonlijke meningen en invalshoeken die gedeeld werden over deze campagne. Na deze berichten gezien te hebben op verschillende nieuwsplatformen zoals Nos, AD etc is mijn mening en visie richting het merk ook veranderd en ook ik was erg teleurgesteld en negatief verrast na het zien van de campagne.

<https://www.ad.nl/show/modemerk-balenciaga-verwijdert-fotos-van-meisjes-met-bondagebeertjes-na-bakken-kritiek~ae2a16f5/>

Sinds deze stone ben ik meer het nieuws in de gaten gaan houden en heb ik dan ook de meldingen van NOS aangezet, om zo meer uit mijn filterbubbel te komen en meer bezig te zijn met wat er precies allemaal speelt in onze samenleving omdat ik zoals eerder vermeld hier vaak weinig van mee krijg.   
Hierdoor heb ik uiteindelijk deze opdracht aangepast en een ander artikel gekozen, het gaat om een artikel van NOS; Onrust in meerdere steden na uitschakeling Marokko op WK, dode in Frankrijk.   
Ik heb dit artikel gekozen omdat het mij op verschillende aspecten aansprak. Ik ben namelijk zelf half Marokkaans en supportte Marokko dan ook in het WK, daarnaast heb ik zelf ook de onrust meegekregen op bijvoorbeeld Mercatorplein.   
Na de 2de wedstrijd van Marokko moest ik namelijk vanuit mijn beste vriendin die in Bos en Lommer woont naar mijn appartementje bij Hoofddorpplein fietsen, toen ik bij Mercatorplein aankwam trof ik honderden supporters aan met fakkels, vuurwerk en vlaggen. Ook stond er midden op het plein een vernielde auto waar de supporters eerst op gingen springen en deze stond daarna in brand. Ook was het volledige vervoer over het plein onmogelijk, de bussen en trams waren gecanceld. Zelfs met de fiets was het moeilijk om door veilig over het plein door de supporters te komen, omdat er met scooters en auto’s met mensen die vlaggen uithingen wild rondgereden werd. Door deze situatie voelde ik me erg onveilig, terwijl de supporters aan het ‘feest vieren’ waren.   
Er waren verschillende agenten, maar al gauw was zichtbaar dat hun de situatie niet onder controle hadden.

Toen ik later dit artikel zag bleek er in Frankrijk een jongen van 14-jaar om het leven te zijn gekomen door een aanrijden. Hierdoor schrok ik erg, want dit zou nooit hebben mogen gebeuren natuurlijk.

Ik vond het bericht geloofwaardig door de bron waar het vandaan kom, maar ook omdat ik de situatie zo herkenbaar was.

<https://nos.nl/artikel/2456434-onrust-in-meerdere-steden-na-uitschakeling-marokko-op-wk-dode-in-frankrijk>

**Opdracht 3**

Ik heb voor deze opdracht de film Social dilemma bekeken. Ik heb deze film al een gekeken, maar keek hem met plezier nog eens. De film Social dilemma is een enorme call to action in mijn ogen. Tijdens en na het kijken van de film merk je wat voor impact de media en vooral social media op ons heeft.

In de film wordt duidelijk gemaakt hoe social media is ontworpen om ons te manipuleren en verslaafd te maken, in zo’n hevige vorm dat we ons geen wereld meer zonder social media kunnen voorstellen. Daarnaast bespreken ze de gevolgen van social media op onze menselijke relaties, psychische gezondheid en de maatschappij.

Filterbubbel

47.42 algoritmes zijn meningen geïntegreerd in code en algoritmes zijn niet objectief ze zijn geoptimaliseerd naar een definitie van succes en dat doet de computer allemaal zelf. Het algoritme heeft een eigen geest. Het algoritme wordt iedere dag slimmer.

Framing

01.10 Rusland heeft de middelen gebruikt die facebook heeft gemaakt voor gebruikers en adverteerders om zo te manipuleren. Ze hebben niet gehackt.

Wie krijgt er een podium

01.02nep nieuws wordt 6 keer sneller verspreidt op twitter dan echt nieuws. Hoe gaat se wereld dan uitzien, als her 6 tegen 1 is.

Desinformatie:

01.03 nieuwsbericht: er is een stroom online desinformatie over het virus, allemaal verschillende nieuwsberichten en filmpjes zowel desinformatie als nieuws en de gevolgen. Social media verspreidt alles en we weten niet wat wel en niet waar is. De platformen naken het makkelijk on een manipulatie te delen. We kunnen op media niet duidelijk make wat echt is en wat nep in de huidige maatschappij.

Overige fragmenten die indruk op mij maakte

04.30 De verschillende korte fragmenten van het nieuws vertellen wat de media invloed is op de maatschappij.

30.00 Social media is een drugs. De verslavende werking van sociale media door het oneindig scrollen en hoe hierop wordt ingespeeld.

00.34 Een verhaal over een verslaafde tiener, ze is verslaafd aan haar mobiel. Daarna komen verschillende fragmenten van moeders die hun angsten en ervaringen uitspreken.

00.38 Ze zeggen hoe ze goed een foto met n filter maken van een jongeren. Het controleert niet alleen waar ze hun aan dacht aan besteden vooral sociale media graaft steeds dieper in de hersenstam van jongeren en neemt het gevoel van eigenwaarde van kinderen over.

00.40 Er is een enorme toenamen van depressie en angst onder tienermeisjes tussen 2011 en 2013. Gen-z spendeert alleen maar tijd op hun telefoon. Ze zijn angstiger kwetsbaar en depressiever. Ze nemer minder risico’s maar ook romantische relaties verminderen.

42.34 Hij vertelt dat tieners worden gemanipuleerd door Tech designs ze zich gaan vergelijken met onrealistische schoonheidstandaarden.

43.50 Fotoshop had geen duizendgebruikers met notificaties en vrienden en ai om te voorspellen dat we je verslaafd kunnen maken, je kunnen manipuleren op de beste manier. Dit is een totaal nieuwe macht en methodes die gebruikt zijn om in te spelen op het zelfbeeld.

47.42 Algoritmes zijn meningen geïntegreerd in code en algoritmes zijn niet objectief ze zijn geoptimaliseerd naar een definitie van succes en dat doet de computer allemaal zelf. Het algoritme heeft een eigen geest. Het algoritme wordt iedere dag slimmer.

54.43 Feeds zijn slecht! Alles is op jou afgesteld. Je wordt gespioneerd daarom zie je een zoekbalk met verschillende resultaten die op jou zijn afgesteld. Hierdoor kom je in een filterbubbel. Iedereen heeft zijn eigen wereldje in zijn sociale media.

01.17 Als je technologie als een regie ziet is het makkelijk om te denken: ik scrol, ik gebruik hem wat is de dreiging? Maar het is de aansluiting van de media aan je brein wat de dreiging is. Technologie zorgt voor een slechte samenleving; polarisatie, eenzaamheid, massa chaos, gebrek aan vertrouwen, populisme, afleiding, etc. Het beïnvloedt iedereen, het zijn kleine robots die de wereld beïnvloeden, onze gezondheid, de geestelijke gezondheid van onze kinderen of politieke discussies. Technologie wordt steeds beter. Hoe technologie werkt is gevormd naar de mensheid, het is geen natuurkundige wet. Mensen kunnen deze technologieën wijzigen. Wij hebben dit veroorzaakt en kunnen het wijzigen. Hoe technologie onbehandeld zou niet moeten gebeuren. We kunnen als intentie hebben hoe maken. We de wereld beter? We zouden niet behandeld moeten worden als een aandachtextractie-model en aandacht bron en we moeten van dit model af.

01.25 Wij zijn het probleem. Het idee van internet is nooit geweest om negatieve invloeden te hebben. Maar hoe wij het zijn gaan gebruiken gebeurt dat wel, vooral bij kinderen. De like button was gemaakt op punitiviteit en liefde uit te spreiden naar een bericht en absoluut niet dat tieners nu depressief raken als ze niet genoeg likes hebben.

01.24 We leven in een wereld waar een boom dood meer waard is dan levend terwijl dit onze zuurstofbron is.

01.20 Social media kan verboden worden. we kunnen deze handel verbieden. Slavenhandel en organenhandel is ook verboden, omdat ze onvermijdelijke verwoestende gevolgen hebben.

01.25 Wij zijn te vel bezig met kijken naar een scherm in plaats van het leven van ons leven. We worden gedwarsboomd in het behalen van onze goals. We zijn in een bedrijf tegenwoordig vaker handig als we naar een scherm staren. Er moet toch meer zijn dan dat?

01.30 De manier waarop dit gemaakt is gaat niet de goede kant op. We moeten dit veranderen.

**Bevinding FE-Lessen**

De afgelopen weken hebben we geëxperimenteerd met Premierepro, zijn we geïnformeerd hoe je een onderzoek opzet en hebben we de beïnvloeding van media besproken.   
Ik had erg veel moeite met Premierepro, ik ben in het algemeen niet heel handig met laptops en de programma’s van Adobe. Maar zoals eerder blok heb ik veel gebruik gemaakt van YouTube tutorials die mij verder hielpen met Premierepro.

Daarnaast zijn we dus ook begonnen met het onderzoek deel, ik vond het template in eerste instantie onduidelijk vooral het deel van de deelvragen. In de onderzoeksles heb ik hier dan ook uitleg over gevraagd en gekregen.

Voor de les media beïnvloeding hebben we de film Social dilemma thuis gekeken, dit vond ik een leuke opdracht en alsnog enorm leerzaam. Hier heb ik dan ook veel van opgestoken zowel voor mijn persoonlijke ontwikkeling als de ontwikkeling van mijn explainervideo.

**Experiment 3**

Voor deze opdracht moest ik de goviralgame spelen waar je in de schoenen van een trol stapt. Je gaat bij deze game zelf desinformatie verspreiden over Covid. Door de keuzes die je in de game krijgt kun je zelf je berichten vormen om zo de kijker zo goed mogelijk te manipuleren, dit zou je moeten helpen om deze tactieken in de toekomst te herkennen en je hier tegen te kunnen verzetten.

Ik vond het interessant om in de rol van een trol te kruipen, er werden verschillende levels behaald in de game waardoor je steeds betere complottheorieën ging verspreiden en meer mensen wist over te halen en enorme hoeveelheden likes kreeg. Daardoor werd wel duidelijk hoe makkelijk het is om nepnieuws te verspreiden als je een bepaalde techniek kent.   
Ondanks dat dit een spel was waren de grote gevolgen direct zichtbaar en daar schrok ik wel van, de enorme ‘chokehold’ die de sociale media op ons heeft werd daardoor enorm duidelijk.

**Opdracht 4**

Ik zit onbewust in een enorme filterbubbel, sinds deze stone is mij dit pas opgevallen.   
Mijn social media is mijn kleine wereldje, waarin heel duidelijk en precies mijn interesses worden getoond. Mijn bubbel is totaal niet bezig met maatschappelijke thema’s, ik volg dan ook minimaal het nieuws. Doordat ik me meer interesseer in andere dingen merk ik dat deze maatschappelijke thema’s dus ook niet door mijn algoritme heen komen, dit vind ik wel lastig en jammer. Vandaar dat ik de NOS-app heb gedownload op mijn telefoon en daarvan de notificaties heb aangezet.

Mijn vriendinnen bevinden zich ongeveer in dezelfde filterbubbel als ik, maar ik kan me moeilijk voorstellen dat iedereen een eigen filterbubbel heeft wat natuurlijk wel zo is.

Ook zie ik vaak terug dat de dingen die ik opzoek op bijvoorbeeld google daarna bijna direct wel als advertentie op mijn tijdlijn voorbijkomen, dit vind ik ergens wel beangstigend vooral het gevoel dat ze je ‘volgen’ en proberen op je in te spelen.

**Bevindingen FE-les**

Deze week zijn we bezig geweest met interviewen, dit is iets wat ik lastig vind. Ik vind het lastig om mensen aan te spreken. Ook ben ik erg onzeker over mijn accent sinds ik verhuisd ben, overal waar ik kom wordt er wel een opmerkingen of grapje over gemaakt. In het begin vond ik dit niet erg en lachte ik gewoon mee, maar na nu een tijd hier te wonen merk ik toch wel dat het iets is waar ik onzeker over ben geworden. Maar door de tips van de onderzoek lessen, voelde ik me goed voorbereid en wist ik precies wat ik moest zeggen. Daardoor voelde ik me zelfverzekerder over de interviews. In de FE-les heb ik dan ook aan mijn medestudenten tips gevraagd over het interviewen en de vragen.

**Experiment 4**

In deze opdracht moest ik twee nieuwsprogramma’s van de afgelopen twee weken met sprekers over maatschappelijke onderwerpen bekijken. Daarnaast moest ik kijken wie een podium kreeg en of dit volgens mij terecht was of onterecht.   
Ik heb als eerste fragment voor een fragment van RTL-nieuws gekozen. In het fragment wordt besproken hoe een er verboden wapens en veel cash geld in het appartement van een 36 jarige Britse influenceer, Andres Tate, zijn gevonden. Hij wordt verdacht van mensensmokkel en verkrachting.   
Ik heb dit fragment uitgekozen om dat ik het teopasselijk vond bij deze stone en vooral mijn specifieke onderwerp omdat het ging over een influencer. Gen-z ziet influencers namelijk als de superhelden van het internet, met de beste en mooiste levens. Na het zien van dit fragment komt er dan toch een andere realiteit naar boven. Dit bracht mij aan het denken, dat wat je op sociale media ziet maar een heel klein deel is van iemands leven en persoonlijkheid, ook al laten ze t lijken alsof ze hun hele leven met je delen het blijven alsnog vreemden.   
Ik vond het dus goed dat Andrew Tate in dit fragment het podium kreeg, omdat dit misschien meerdere jongeren aan het denken zet.

<https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/buitenland/artikel/5356304/andrew-tate-kickbokser-influencer-roemenie-gearresteerd>

Voor het tweede fragment heb ik gekozen voor een fragment van de jaarwisseling. Tijdens dit mooie moment zijn er namelijk verschillende racistische uitspraken geprojecteerd op de Erasmusbrug. Er was onder meer te zien ‘white lives matter’, ‘vrolijk blank 2023’ en ‘Zwarte piet deed niets verkeerd’.

Ik was hier erg geschrokken van, ik heb namelijk op dezelfde plek 2 jaar geleden deel uitgemaakt van een Black Lives Matter protest, vandaar dat ik het erg respectloos vond en niet vindt dat dit ongestraft zomaar mag gebeuren. Daarnaast vind ik het erg dat racisme nog steeds zo’n groot probleem is, zelfs op zo’n mooie feestelijke dag.

Deze laffe actie heeft natuurlijk een podium gekregen via het nieuws. Ook werd er live afgeteld op tv waardoor de projecties ook te zien waren via de televisie, dit maakt het nog erger naar mijn mening. De manier waarop dit wordt bedacht en uitgevoerd zou niet ongestraft moeten blijven naar mijn mening.

<https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5356611/erasmusbrug-racisme-rotterdam-nationaal-vuurwerk-projectie>

**Inspiratiesessie**

Tijdens deze inspiratiesessie had ik helaas enorme buikgriep en ben ik naar mijn moeder thuis (Maaastricht) gegaan, daardoor was ik niet aanwezig bij deze les.

**Bevindingen FE-les**

Deze week hebben we de treatment afgerond, ik heb ook feedback gekregen op mijn treatment van Michiel. Dit was heel prettig en bruikbaar. Hij heeft het treatment in een persoonlijk gesprek met mij doorgenomen en besproken, toen hebben we gekeken naar wat de verbeter punten waren, maar ook wat ik goed had gedaan.   
Aan het einde vroeg hij of ik nog vragen had en toen heb ik nog een aantal vragen gesteld, bijvoorbeeld over de globale inhoud van de video omdat ik het lastig vond deze in te plannen en delen zonder dat ik de content en shots had. Nadat ik tips van Michiel had gekregen kon ik daarna aan de slag gaan met het verbeteren van mijn treatment.

**Opdracht 5**

In deze opdracht is het tijd voor een grondige reflectie (voorwerk voor  
je eindverantwoording): is je zicht op de invloed van media(gebruik) veranderd naar aanleiding van wat je tot nu toe geleerd hebt. Wat was een eye opener, wat heb je ervan geleerd? Waar ben je kritischer op geworden? Wat wil je straks als mediamaker zeker wel of niet doen?

Ik ben enorm gaan denken tijdens deze stone, over mijn eigen mediagebruik, maar ook over dat van andere van bijvoorbeeld van de mensen om mij heen tot bekendere influencers. Mijn inzichten zijn ook zeker veranderd.

Ik ben bewuster geworden over mijn mediagebruik en de invloed hiervan op mijn eigen gezondheid, zowel mentaal als fysiek. Van het uren scrollen op tiktok inplaats van slapen, naar het onbewust vergelijken met modellen die de meest onrealistische beelden delen. Door deze stone heb ik hier meer weet van gekregen en kijk ik op een andere manier naar mijn sociale media.

Ik wil dan ook als mediamaker later in de toekomst ervoor zorgen dat we niet te ver afdwalen van de realiteit en duidelijk laten zien. Namelijk dat je optimaal van je leven kan genieten, ook als het er misschien allemaal niet zo uit ziet als bij anderen.   
Een eye opener was zeker het gesprek met zowel de expert als de ervaringsdeskundige hun hadden natuurlijk weer andere inzichten dan mij.

**Bevindingen FE-les**

Afgelopen week hebben we gewerkt aan ons script. In de FE-les hebben we dan ook in groepjes bij elkaar gezeten en hierover gepraat en feedback gekregen van elkaar.   
Ik vond dit erg fijn, ik heb mijn twijfels nagevraagd aan mijn medestudenten en we hebben samen gebrainstormd.   
Ik vond aan het script werken niet perse lastig, omdat dit een duidelijke opdracht was. Daarnaast vond ik het ook fijn om aan het script te werken, hierdoor kreeg ik een duidelijk beeld hoe mijn video nu precies ging verlopen en wat ik precies moest en ging zeggen. Wat ik lastig vond was de informatie delen in de tijdsduur van de video, voor mijn gevoel kan ik niet al mijn informatie kwijt in 3 minuten.

**Opdracht 6**

Ik schrijf een brief naar een van mijn favoriete ‘influencer’. Ze heet Zaar Goedemans.

Lieve Zaar,

Ik schrijf jou deze brief omdat ik het erg waardeer hoe je mensen en voornamelijk mij inspireert. Dit door bijvoorbeeld jou Instagram & Tiktok. Je bent voor mij inspirerend omdat je lekker doet wat je zelf wilt. Je deelt dan ook niet alleen maar de perfecte plaatjes, zoals fotos die niet perfect gemaakt zijn, leuke herinneringen waarbij het plezier van de content afspringt en grappige fotos met bijvoorbeeld een 0,5 lens.   
Daarnaast bewerk je je fotos niet, ik zie geen bewerkte lichamen of gezichten, gewoon real footage en dat waardeer ik enorm. Ik merk dat als ik naar jou insta kijk ik een inspirerende meid zie die enorm veel plezier maakt en geniet van het leven, terwijl ik wanneer ik naar sommige andere kijk ik juist een onrealistisch verheerlijkt beeld zie en automatisch een spiegel voorhoudt en hier onzeker van wordt.   
Ik vind dat meer mensen zo moeten zijn. Meer influencers moeten meer van hun echte leven laten zien. Daarom wil ik jou vragen deze mening tot een beweging te zetten.   
Ook hoop ik dat je zo lang mogelijk doorgaat hoe je nu bezig bent en zo blijft genieten als nu!

Groetjes Leila ☺

**Bevindingen Fe-les**

Ik heb nu onderhand de opdracht afgerond. Dit ging helaas niet helemaal zonder slag of stoot.   
Ik ben tegen een aantal problemen opgelopen. Het interview met mijn expert had namelijk geen audio opgenomen, maar alleen beeld… Ook is tijdens het editen van mijn video mijn laptop ineens uitgevallen waardoor ik helemaal opnieuw kon beginnen. Ondanks alles, heb ik wel de deadline gehaald.   
Ik ben erg benieuwd of ik de stone ook daadwerkelijk heb gehaald, hier twijfel ik over. Ik vond dit ook een lastige stone, ik merkte dat ik het wel heel erg interessant vond maar wel ingewikkeld.   
Verder heb ik wel heel veel geleerd in deze stone, wat ik verder in mijn leven ga meenemen. Namelijk wat de effecten en invloeden zijn van (sociale) media op jongeren, maar ook hoe nepnieuws wordt geproduceerd, verspreid en hoe je jezelf er tegen kunt beschermen.   
Ik wil ook alle docenten bedanken voor de interessante lessen en begeleiding van deze stone.