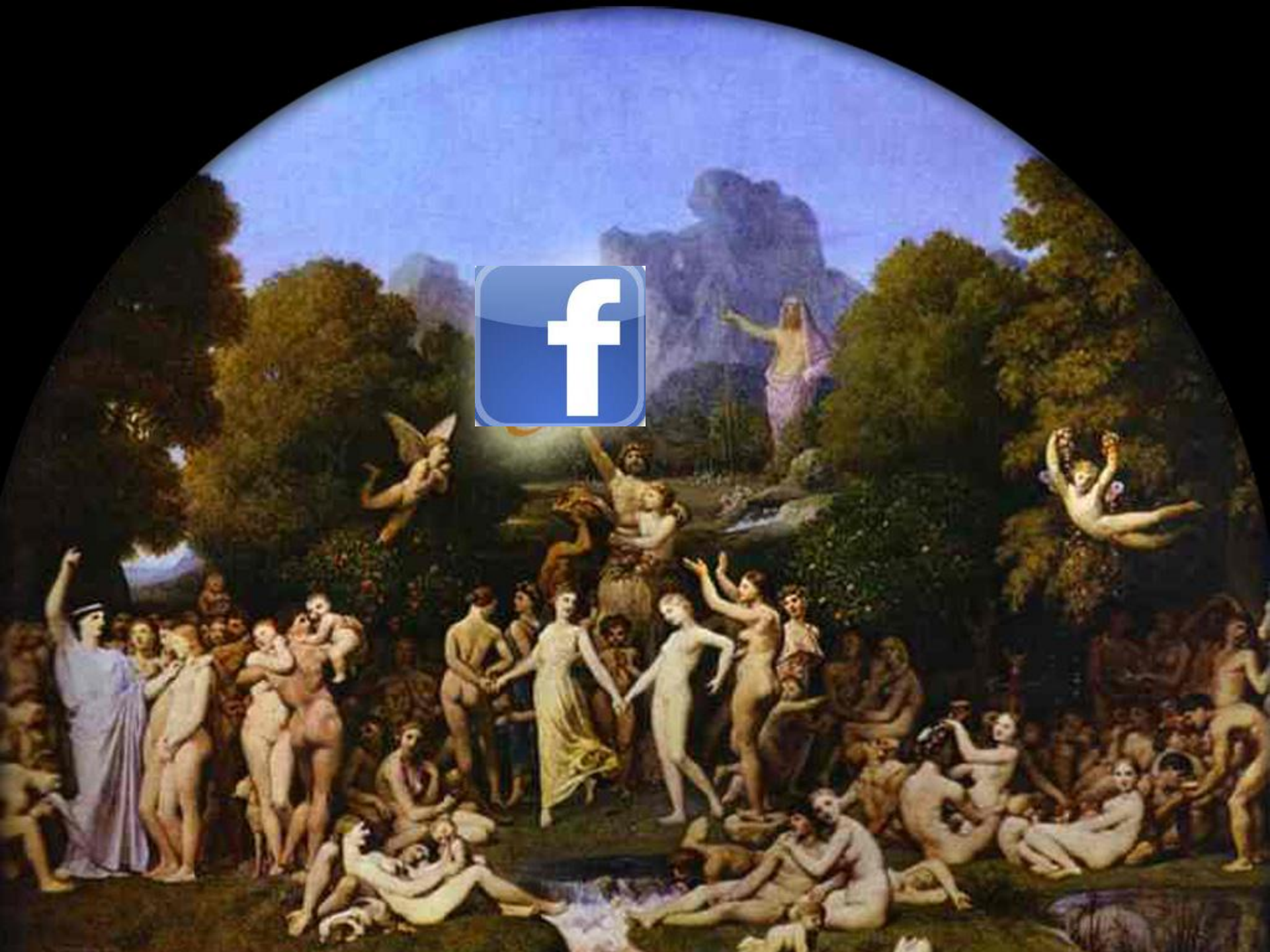


Sociale netwerksites: mogelijkheden en risico's

Eric Goubin







Sociale Netwerksites horen bij Web 2.0

- **Web 1.0** => statisch internet
- **Web 2.0** => het « sociale » internet
- **Web 3.0** => het « intelligente » internet (+ « internet overall »)

Sociale Media: demo, mogelijkheden en risico's



facebook®

 **myspace.com**TM
a place for friends

twitter

flickr

NETLOGTM

You **Tube**
Broadcast YourselfTM

msn® 

Linked **in**®

Gebruik van nieuwe media

- IBBT-iLab.o, september 2011 bij representatief staal van de Vlaamse bevolking (+ 15 jaar, representatief voor Vlaanderen op geslacht, leeftijd en woonplaats)
 - 85% heeft internetaansluiting
 - 85% mailt geregeld
 - 11% heeft smartphone
 - 15% heeft mobiel data-abonnement
 - 64% heeft digitale televisie
- 52% van de surfers heeft Facebook account (Europa: 73%)
- 12% van de surfers heeft Netlog account
- 12% van de surfers heeft LinkedIn account
- 8% van de surfers heeft Twitter account

Demo

Facebook
Netlog
Twitter
LinkedIn

Sociale netwerksites: voor wie?

- **Netlog**: gericht op particulieren, voornamelijk jongeren (vnl. maar niet alleen België)
- **Facebook**: gericht op wereldwijd, divers publiek van particulieren (maar ook bedrijven & organisaties doen mee)
(PS: in de States heeft meer dan de helft van de 12-jarigen heeft een illegale Facebookaccount)
- **Twitter**: zowel gericht op beroepspubliek als op particulieren
=> tieners, celebrities, kenniswerkers...
- **LinkedIn**: gericht op beroepsnetwerk
- **Yammer, Ning...**: gesloten netwerken

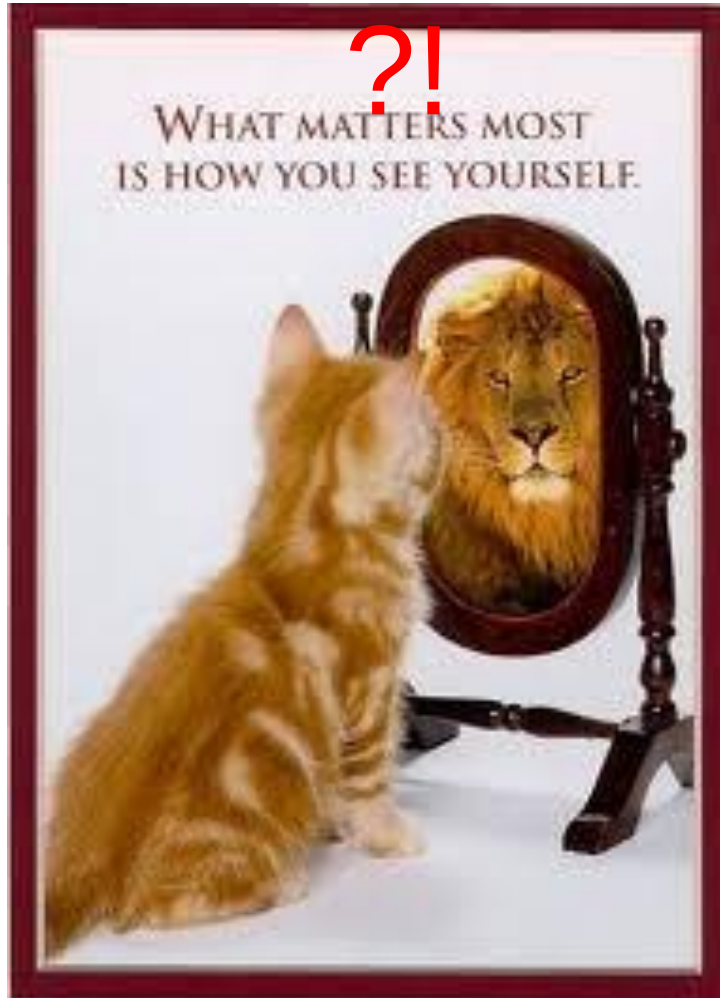
- => Evolueren sterk en zijn plaatsgebonden

Sociale netwerksites: wat doen we er mee?

- **Bedrijven, overheden, organisaties:** informeren, reclame maken, top of mind blijven... (zie verderop)
- **Vriendenkring** (her)opbouwen en onderhouden (vnl. mensen die we reeds kennen uit de “offline context”)
- **Observeren**
- Ons **informeren** via info die ons wordt toegestopt via ons netwerk (“social push”)
- **Bijblijven**
- .../...

Sociale netwerksites: wat doen we er mee?

- Al dan niet selectief onze activiteiten, gevoelens, ideeën, ... **vertellen**
- We **associëren** ons met merken, organisaties, initiatieven, strekkingen...
- Een virtueel **imago** opbouwen
- Creëren en onderhouden van “**sociaal kapitaal**”
- **Crowdsourcing**
- **Actie voeren**
- => sociale netwerkmedia vormen meer en meer een **extensie van het echte leven**



Sociale media voor overheid & socialprofitsector: functies

Functiegroep 1: zicht op je publiek

- Zicht hebben op je netwerk
- Monitoring publiek

Functiegroep 2: informeren

- Informeren
- Rapporteren
- Tonen (ook visueel / audiovisueel)

Functiegroep 3: PR & werving

- Branding / imagebuilding
- Aandacht trekken
- Uitnodigen

Functiegroep 4: interactie

- Sociaal contact onderhouden
- Community-ontwikkeling
- Interactie met doelgroepen
- (Laten) delen van informatie
- Crowdsourcing

Functiegroep 5: crisiscommunicatie

- Continue updating status van de crisis
- Detecteren van vragen, problemen, roddels, ...
- Elkaar helpen

Functiegroep 6: trendwatch, leren & professionaliseren

- Kennisdeling
- Volgen van concullega's & specialisten in je vakdomein
- Netwerken



Eric Goubin

kreeg net een invitatie om een workshop over sociale media te geven in een stedelijk... crematorium. Alle suggesties voor galgenhumor & sociale media zijn welkom!

22 maart om 9:53 · · Vind ik leuk · Reageren

Dirk Kenis vindt dit leuk.



Kurt Jacobs Zeker niks vertellen over de Web 2.0 suicide machine : -)

22 maart om 9:58 · Vind ik leuk



Tom Van de Vreken Men overweegt daar een Gravebook op te starten?

22 maart om 10:36 · Vind ik leuk



Dirk Musschoot In de grond zijt ge nen toffe gast, maar ge moet er u eerst in krijgen...

22 maart om 12:37 · Vind ik leuk



Marc van Daele Eric, misschien kun je het publiek eens vragen hoeveel overleden vrienden en volgelingen ze al in hun sociale netwerken hebben. Ik zit aan twee en ik vraag me echt af hoe men dat in de toekomst gaat oplossen. Daar is duidelijk niet aan gedacht. Ondergrondse humor of een aangebrande grap schieten mij momenteel niet te binnen :-)

22 maart om 12:39 · Vind ik leuk



Filip Meuris Differentiëren doelgroepen: halfdood, helemaal dood, nog-niet-verrezen-dood? Een Facebook voor het crematorium: "Nonkel Frans is dood" --> I Like This

22 maart om 14:09 · Vind ik niet meer leuk · 1 persoon



Eric Goubin Dank u allen voor uw morbide inbreng.

22 maart om 17:51 · Vind ik leuk

Crowdsourcing



Filip Meuris Onderzoek naar klantenvoorkeur: had u onze dienstverlening het liefst saignant, a point, bien cuit of charcoaled? Wegens de hoge brandstofprijzen vragen we een kleine toeslag voor 'tot stof en as'.

22 maart om 18:13 · Vind ik leuk



Jon Goubin Statusbericht: I

22 maart om 18:31 · Vind ik niet meer leuk · 1 persoon



Jon Goubin Statusbericht van crematorium: laat u niet kisten door een ander, bij ons is alles in kannen en kruiken!

22 maart om 18:33 · Vind ik leuk



Marc van Daele Volgens mij kan een crematorium via sociale media aantrekkelijk worden voor een jonger publiek.

22 maart om 18:41 · Vind ik leuk



Marc van Daele Your friends in the cloud!

22 maart om 20:13 · Vind ik niet meer leuk · 1 persoon



Zf Atomixer Zorg voor genoeg verstrooiing !

22 maart om 21:42 · Vind ik niet meer leuk · 1 persoon



Jacky Timmermans Eindelijk eens een gelegenheid om tot op het bot te gaan!

facebook

Zoeken

Eric Goubin

Startpagina



Prikbord

- Info
- Foto's (246)
- Notities
- Vrienden
- Abonnementen (4.985)
- Abonnees (423)

Vrienden (5002)

- Dieter Scheyvaerts
- Hdertig Artistieke Werkplek
- Luc Huysmans
- Evelien Micholt
- Liesbeth Slachmuylders
- Peter Haesendonck
- Winke Besard
- Lucas Salien

Academie Mechelen

Werk bij ACADEMIE MECHELEN Woont in Mechelen



Prikbord



Academie Mechelen via Academie Mechelen # VERF

VERFSPOT #24
Taube Auerbach
<http://taubauerbach.com/>



Tauba Auerbach at Jeffrey Deitch, NYC
www.youtube.com
<http://marceartvlog.blogspot.com/>

Vind ik leuk · Reageren · Delen · zondag om 22:28 ·

John Martini vindt dit leuk.

Schrijf een reactie...



Academie Mechelen

Master@work#35
Marina Abramović
<http://marinaabramovicmademecry.tumblr.com/>



Marina Abramović: Live at MoMA
www.youtube.com

Vind ik leuk · Reageren · Delen · zondag om 17:44 ·

4 personen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...



Academie Mechelen is getagd in haar eigen album.



Vrienden Abonneren Bericht

Gesponsord verslag

Alles weergeven



Tine Danckaers vindt De Borgh
leuk.



De Borgh

Vind ik leuk

Gesponsord

Een advertentie maken

Wat doet uw spaargeld?

tridos.be



"Bij Triodos Bank dient mijn spaargeld alleen om duurzame projecten te financieren. Daar ben ik fier op!" En u?

Zorg dat je eerst bent!

telenet.be



Krijg de iPhone 4S als eerste te pakken! Bij een Walk & Talk iPhone-abonnement van € 45 krijg je hem al voor € 199 i.p.v. € 630!

Martinushoeve Restaurant - ...



Restaurant - Feestzalen. Volg hier de avonturen van onze keukenbrigade en het zaalteam!

Vind ik leuk · Cultuurcentrum De Schelde vindt dit leuk.

Sony Internet TV



Wil je naast jouw Sony Internet TV ook één van deze mooie extra's? Ontdek nu jouw voordeel!

Zonnepanelen Vergelijken?

companeo.be



Binnenkort daalt de waarde van Groene Stroomcertificaten! Profiteer nu Snel van de Hogere Waarde! Doe hier uw Aanvraag en vergelijk!

Poll

Wie wil jij als Minister President?

- ☐ Bart de Wever
- ☐ Elio Di Rupo

Stem!

Resultaat



Kalender

28 okt (Brussel)
Merhaba Holebi
(meer info)

28 okt (Antwerpen)
AA Holebi
(meer info)

29 okt (Antwerpen)
Holebi Soiree
(meer info)

29 okt (Brussel)
Homo Party
(meer info)

30 okt (Oostende)
Lesbi Party
(meer info)

30 okt (St-Niklaas)
Holebi Vibes
(meer info)

31 okt (Gent)
L-day + Party
(meer info)

31 okt (Brussel)
Homo Party

Onzin is besmettelijk: çavaria verspreidt ludieke Léonard-affiche

     Vind ik leuk

19 October, 2010 by bruno (390 keer gelezen.)



Naar aanleiding van de recente uitspraken over hiv van aartsbisschop Léonard, verspreidt çavaria een ludieke affiche van de aartsbisschop. Daarop is Léonard te zien met een fopspeen in de vorm van een condoom. Het opschrift "Onzin is besmettelijk" maakt duidelijk hoe çavaria denkt over Léonards beschuldigingen aan het adres van hiv-positieve mensen. Çavaria hoopt dat holebi's, transgenders en sympathisanten de affiche massaal zullen gebruiken om hun ongenoegen kenbaar te maken.

Aartsbisschop Léonard noemde hiv een soort "immanente gerechtigheid als gevolg van promiscue gedrag". Çavaria onderneemt actie naar aanleiding van deze stigmatiserende en ongehoorde stelling. De koepel verspreidt een affiche van Léonard, waarop de man zoet gehouden wordt met een fopspeen die eigenlijk een condoom is.

Mieke Stessens: "Hiv is een zeer reëel probleem binnen de homogemeenschap. 1 op 20 Belgische homo's zou seropositief zijn en bovendien kent 1 op 3 homo's zijn eigen serostatus niet."

Volgens çavaria heeft de holebigemeenschap een doordacht aidsbeleid nodig met preventie voor deze specifieke doelgroep, én solidariteit. "Enkel door solidariteit met hiv-positieve mensen kan deze problematiek weer bespreekbaar worden binnen onze gemeenschap. Een aartsbisschop die verklaart dat promiscue mensen hiv aan zichzelf te danken hebben, is het laatste wat onze gemeenschap nodig heeft", aldus Stessens.

"Onzin is besmettelijk". Met deze slogan maakt çavaria duidelijk dat de aartsbisschop zijn onzinnige uitspraken beter voor zichzelf zou houden. Çavaria roept iedereen op om de affiche te verspreiden via alle mogelijke sociale media en om ze als poster aan het raam te hangen.

Het concept van deze campagne werd ontworpen door redamebureau VVL BBDO. Je kan de affiche downloaden op www.cavaria.be, in het Nederlands of het Frans.

Eerder kon je bij ons lezen:

[Hetero holebi & politici in schok door boek Belgische aartsbisschop..](#)

Bron cavaria.be

[Home](#)
[Profile](#)
[Messages](#)
[Who To Follow](#)

EricGoubin

[← Back to Home](#)
[+ Save this search](#)

Results for #pukkelpop

Tweets · [Top](#) [Refine results »](#)

Mon_ica1975 Monica Dias
Looking forward to tonight's show. This one has a lot of meaning. #Mars back in Belgium. Never forget #Pukkelpop.. surreal memories.
6 hours ago

thebandb Pedro De Bruyckere
[@jdceulaer](#) Ja, nu ze onafhankelijk uit de baseline haalden, lijken ze het via artikels hard te maken #pukkelpop
18 hours ago

MrMong1 Mr. Mong
Festivalletjes slopen met z'n allen [vitter.be/kort/festivall...](#) via [@vitterbe](#) #Pukkelpop #intro #handicap
28 Nov

JanVdCruysse Jan Van der Cruysse
Vergeet ook niet het potentieel van twitter bij noodsituaties #pukkelpop #sneeuw [@BrusselsAirport](#) #pepi [@jcaudron](#)
28 Nov

BartSevenich Bart Sevenich
gelukkig hebben we Pukkelpop nog :) #Bruce #pp12 #pinkpop #Pukkelpop
27 Nov

wimpah wimpah
Dus als je een auto koopt, en in een storm valt er een boom op, dan kan je dus de fabrikant om je geld terug vragen? #pukkelpop #lijktmeniet
26 Nov

headmusic Marco Smeets
Levenslang festivalverbod voor deze lijkenpikkers! RT [@l1nws](#)

People results for #pukkelpop · [view all](#)

pukkelpop Pukkelpop · [Follow](#)
Pukkelpop, the biggest alternative open-air festival i...

2012_pukkelpop 2012_pukkelpop · [Follow](#)
original name from this account: 'help_pukkelpop'. ...

Pukkelpop11 Pukkelpop Promoter · [Follow](#)
Pukkelpop has returned this year bigger and better t...

Pukkelpop_RIP Pukkel pop · [Follow](#)
In memory of victims of the festival Pukkelpop 2011....

Trends: Worldwide · [change](#)

- #UnaFraseDeMiVieja
- #15MILLIONBELIEBERS
- #HelloDecember
- Tomorrow is December
- Permanent December
- Back to December
- Happy Hump DAY
- Mark Twain
- White Chicks
- Rondo

[About](#)
[Help](#)
[Blog](#)
[Mobile](#)
[Status](#)
[Jobs](#)
[Terms](#)
[Privacy](#)

[Shortcuts](#)
[Advertisers](#)
[Businesses](#)
[Media](#)
[Developers](#)

[Resources](#)
 © 2011 Twitter

Risico's

- Verlies van **privacy**
- .../...

User communications

The Visible (1/8)

Social networking & fun
from the users' perspective

The Invisible (7/8)

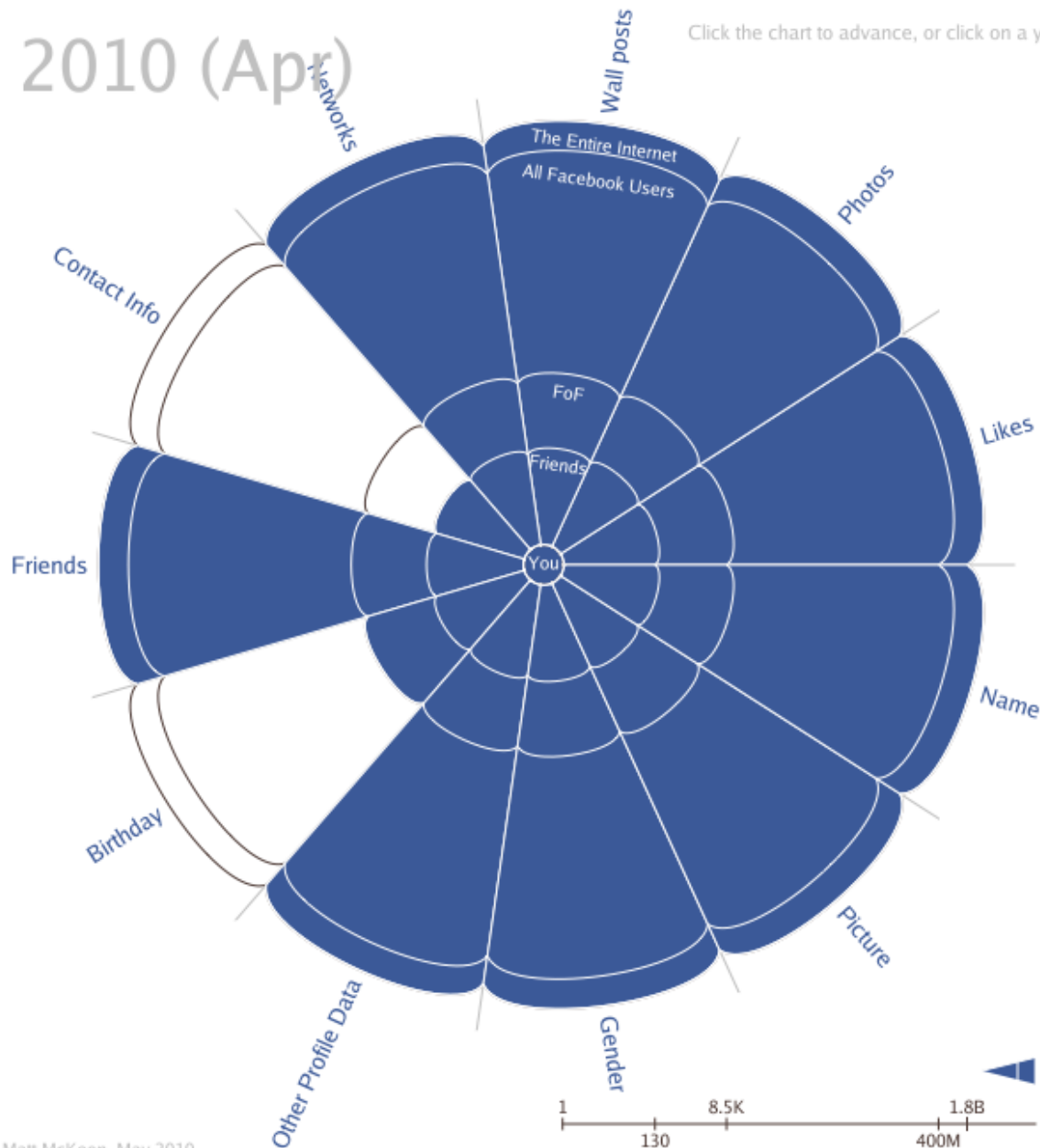
The large network of detailed
personal data – provided
voluntarily by users;
to be aggregated, filtered,
and re-organized for
purposes of targeted
marketing, advertising,
and PR

Data mining
& marketing

2010 (Apr)

Click the chart to advance, or click on a year

2005
2006
2007
2009 (Nov)
2009 (Dec)
2010 (Apr)



Risico's

- **Ongewenste reacties** op je “posts”
- **Vermenging** van professionele met familie/vriendennetwerk
- **Verslaving**
- **Infobesitas**
- **Infotention**
- **Cyberpesten:** hatemail, anti-facebookgroepen, stalken, obscene foto's sturen, supergrote bestanden sturen, uitsluiten van groepen ...
- .../...

Risico's

- **Pedofilie**
- **Fishing & hacking**
- Sociale media als go between voor **internetfraude**
- **Beperkte “vatbaarheid” buitenlandse aanbieders** zoals Facebook
- Risico op **verkeerde beeldvorming**: bvb. porno is vaak vrouwonvriendelijk => kan bepalend werken op beeld dat jongeren hebben over man/vrouw verhouding en op wat al dan niet grensoverschrijdend gedrag is (maar onderzoek relativeert dit gevaar echter sterk ; bron: ChildFocus)
- **Censuur** (bvb. Facebook bant foto's met baby's die borstvoeding krijgen)

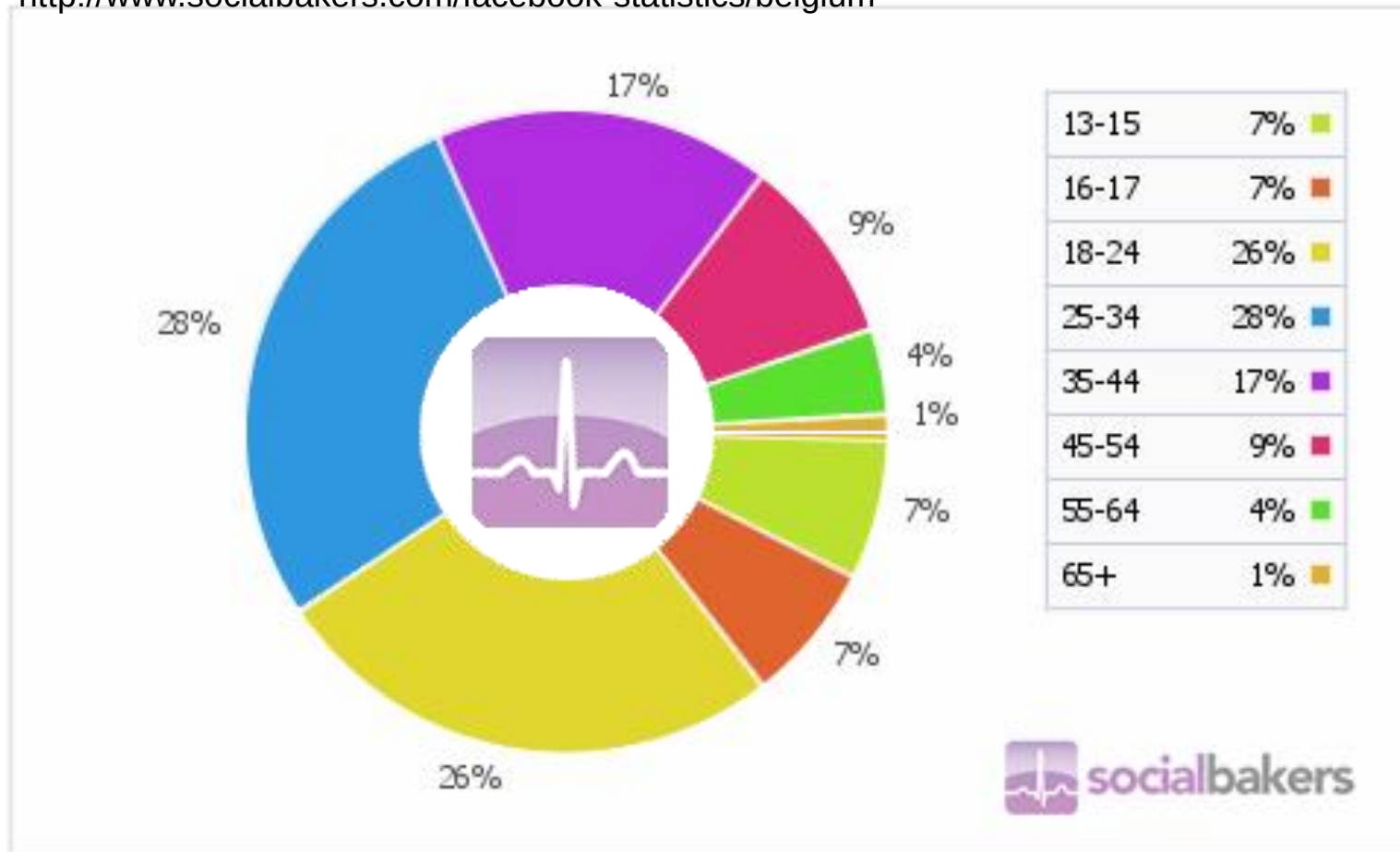
Realiteit & mythe van de digitale kloof

Gebruik van nieuwe media

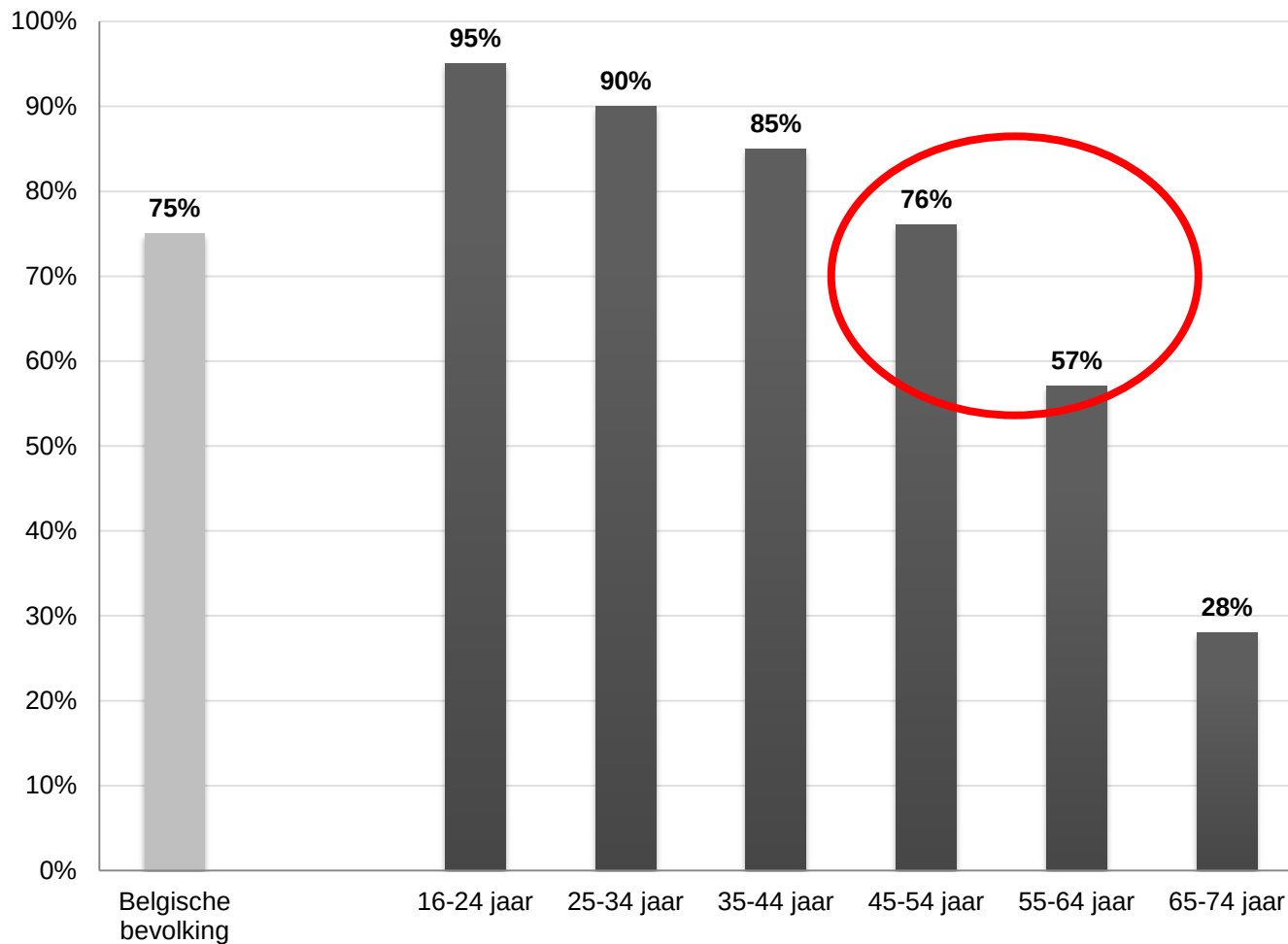
- IBBT-iLab.o & Insites, september 2011 bij representatief staal van de Vlaamse bevolking (+ 15 jaar, representatief voor Vlaanderen op geslacht, leeftijd en woonplaats)
 - 85% heeft internetaansluiting
 - 85% mailt geregeld
 - 11% heeft smartphone
 - 15% heeft mobiel data-abonnement
 - 64% heeft digitale televisie
- 52% van de surfers heeft Facebook account (Europa: 73%)
- 12% van de surfers heeft Netlog account
- 12% van de surfers heeft LinkedIn account
- 8% van de surfers heeft Twitter account

User age distribution on Facebook in Belgium (nov. 2010)

<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/belgium>

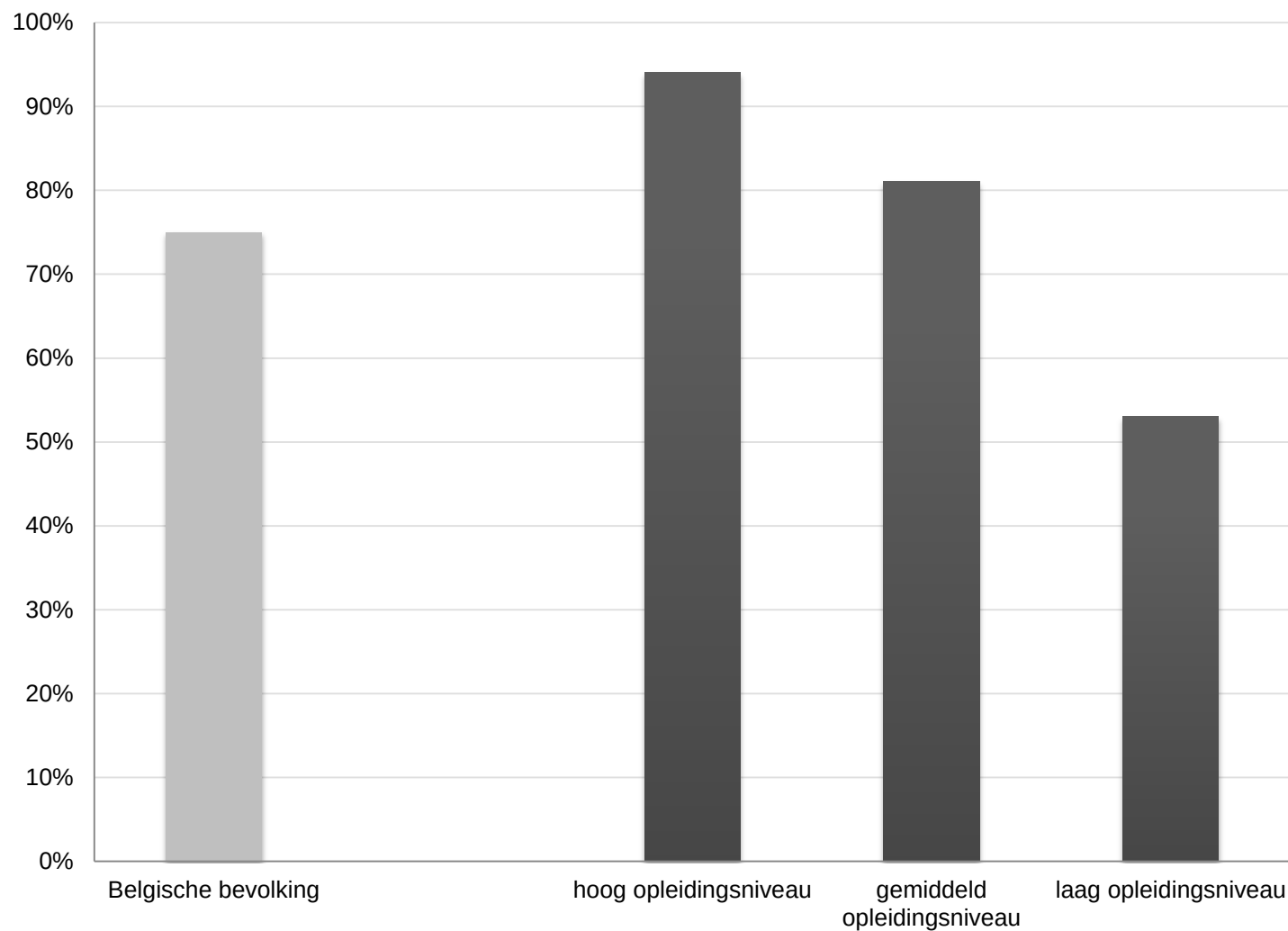


internetgebruik naar leeftijd



(Bron: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie: ICT-enquête 2009)

internetgebruik naar opleidingsniveau



(Bron: FOD Economie, KMO, Middenstand en Energie: ICT-enquête 2009)

De digitale kloof is reëel...

- 15 à 20% van de gezinnen heeft (nog) **geen internettoegang** thuis
- Velen hebben internet, maar **vinden er hun weg niet** in
- => van “hebben of niet hebben” naar “hebben en wat doe ik ermee?”

...maar de digitale kloof is ook een mythe

- Een reële minderheid heeft zelf geen internet, maar kan wel beroep doen op anderen die dit wel hebben (en/of ermee overweg kunnen)
- Een kleine groep (+/- 4%) heeft thuis geen internet, maar gebruikt het elders
- Een reële minderheid (vnl. grote groep hoogbejaarden) is helaas een “verloren” groep ivm ICT
- Deze laatste groep wordt geleidelijk vervangen door een groeïend seniorenpubliek dat wel overweg kan met internet
- Het uitsluitend aanbieden van infovoorzieningen via nieuwe media is discriminerend (waar wie doet dat alsnog?)
- Het weinig of niet aanbieden van info via nieuwe media is discriminerend voor een groot deel van de bevolking.
- Een groter wordende doelgroep ervaart intellectuele, mentale of financiële drempels met (bepaalde) oude media: bvb. telefoon, telefoonboek, tekstbeladen drukwerken, het rechtstreeks in contact komen met (bepaalde) personen...
- => *Nieuwe media zijn meer en meer “gewone” media geworden tussen de niet-digitale kanalen*

3 digitale kloven

- 1e graad : Toegang tot ICT
- 2e graad : Technische kennis nodig om ICT te kunnen gebruiken
- 3e graad : Wàt we juist doen met die techniek => informatievaardigheden:
 - Recent onderzoek (2009-2010) van:
 - FTU (Namur), in opdracht van POD – Maatschappelijke Integratie
 - SMIT-VUB(Brussel), in opdracht van Instituut voor Samenleving en Technologie (Vlaams Parlement)
 - Ruimer dan de klassieke kansarme groepen
 - Ook bij jongeren => vaak verkeerde verwachtingen over het online informeringspotentieel van jongeren

Omgaan met (internet en) sociale netwerken:

tips

- **Mannen, opgelet:** jullie nemen meer risico's dan vrouwen

Op het werk

- **Mag dat** tijdens de kantooruren?
- **Maak** op het werk de omgang met elkaar op die sociale media **bespreekbaar** + kom tot **afspraken**: ontwikkel een “sociale media beleid”
- **Scheid** werk en privé
- Je (huidige of toekomstige) baas kan **al Googelend** vaak véél over jou terugvinden

Jijzelf

- Besef dat wat je online ook doet **er altijd wel iets of iemand is die weet** wie je bent en/of wat je aan het doen bent
- Elk bezoek aan een sociale netwerksite laat **sporen** na
- Doe in dit virtuele leven niets wat je ook niet op **café** zou doen (geheimen vertellen, striptease, ...)
- Negeer vriendschapsverzoeken van **personen die je niet kent**
- **Denk twee keer na**, i.p.v. impulsief te reageren op posts van anderen
- .../...

Jijzelf

- Wees **assertief**: contacteer de provider, de sociale netwerkaanbieders, politie, parket... indien je manifest misbruik vaststelt
- **Doorgrond de privacy-instellingen** op je Facebook account (of bij de andere sociale netwerken), lees er ook de kleine letters, en **herbekijk** dit regelmatig.
- Bescherm ook de **privacy van de anderen**: bvb. vraag toestemming aan betrokkenen vooraleer je foto's met hen op Facebook zet

In het gezin

- Maak computergebruik bespreekbaar en komt tot afspraken binnen je GOC – **Gezins Overleg Comité...**
- Zet de computer(s) op een **zichtbare plaats** (bvb. woonkamer)
- Maak afspraken over **computertijd**: hoeveel en wanneer?
- Stimuleer ze om niets op het internet te plaatsen waar ze later **spijt** van kunnen krijgen
- Zit er bij als kinderen/teners hun **Facebookprofiel** maken
- .../...

In het gezin

- **Probeer “vriend” te zijn** van je kinderen op hun sociale netwerksites, maar intervenieer er enkel in extreme gevallen (bij expliciete beelden, pesten/bedreigen van anderen, schaden van privacy van zichzelf, ouders, andere...)
- Omgang met sociale netwerken sluit aan bij de **algemene waarden, normen en richtlijnen** die zich stellen bij jezelf en binnen je gezin. Bvb. hoe controlerend wil je/moet je zijn t.o.v. je kinderen?
- Bij **cyberpesten**: contacteer de school en ga evt. verder (politie)
- Maak van je kinderen **kritische internetgebruikers**

Interessante websites

- www.clicksafe.be: een initiatief van ChildFocus
- www.veiligonline.be: een initiatief van de Gezinsbond i.s.m. ChildFocus
- <http://www.ravels.be/productgroep.aspx?pg=1440&id=1008>: presentatiemateriaal & tips door specialisten van de Computer Crime Unit van de federale politie Turnhout
- www.mijnkindonline.nl
- www.ecops.be: om via internet met de politie in contact te komen

COMM Collection 21: Richtlijnen bij het gebruik van sociale media

Datum: 17 mei 2011



Deze COMM Collection is een hulpmiddel bij het **gebruik van sociale media**. De bedoeling is dat de communicator materiaal in handen heeft om op een goede manier met sociale media om te gaan.

je kan **papieren versie** van de COMM Collection 21 bestellen via fedwebteam@p-o.belgium.be

Download:

 [COMM Collection 21: Richtlijnen bij het gebruik van sociale media \(PDF, 748.32 Kb\)](#)



Bedankt voor uw aandacht!
Volg ons op:

www.memori.be

www.lessius.eu

Eric.Goubin@Mechelen.Lessius.eu

[Alsook op LinkedIn, Twitter, Facebook, Netlog...](#)



16
Dec

Carpet Bombing en Benidorm Bastards

Op de Cultuurnetconferentie "New Technologies for New Audiences" bundelde Eric Goubin een aantal aandachtspunten hierbij.

Je kan zijn presentatie hier bekijken: "Technology for Cultural Profit: A story of Carpet Bombing and Benidorm Bastards".



5

Lees meer »

Memori is een expertisecentrum van Lessius Mechelen. We zijn er verbonden met de opleidingen in de Groep Bedrijf & Communicatie.

Memori realiseert praktijkgericht onderzoek en wetenschappelijke dienstverlening op het vlak van communicatie en marketing. Daarbij ontwikkelen we bijzondere aandacht voor de dimensies nieuwe media, sociale inclusie en participatie.

16
Dec

Belang van een goed onthaal in de zorgsector.

Op 9 september organiseerde Lessius Mechelen een studiemiddag over een duurzaam en patiëntvriendelijk onthaal in de zorgsector. In het kader van dit onderzoeksproject publiceerden de onderzoekers een artikelenreeks in het tijdschrift 'Hospitals.be', het Officieel tijdschrift van de Belgische Vereniging der Ziekenhuizen. Karen Smet schreef in deze reeks een artikel over 'Het belang van een goed onthaal'.

eReading

IWT-project:
Van e-reader naar e-reading



Memozine

Op de hoogte blijven van onze activiteiten en projecten? Schrijf je dan