

#NOFILTER: EERLIJK OVER ONLINE

“WAT MET ONS DIGITAAL WELZIJN?”



De jongeren van vandaag leven in een digitaal tijdperk waar sociale media een gigantische impact heeft, daar kunnen we niet meer omheen. De vorming is bedoeld om met jongeren het gesprek te openen over hun digitaal welzijn. We staan stil bij hun online ervaringen, zowel positief als negatief en bieden hen handvatten om zelf aan de slag te gaan met hun digitaal welzijn.



Tags: mediawijsheid, Jongeren, digitaal welzijn

Duur: 1,30 uur

Leeftijd: 15+

Locatie: Binnen of buiten

Aantal deelnemers: 12+

Begeleiding: 1+ instructeur(s)

Materiaal:

- Flappen (grote papieren vellen)
- stiften / potloden
- Whiteboard
- Papiertape
- post it notes
- grote dikke zwarte stiften
- Vormingspakket (kaartjes, flappen, anagrammen, tips)

Uitleg

Start

1) Kennismaking:

- je vertelt de groep dat we het over sociale media zullen hebben. Maak duidelijk dat het de bedoeling is dat we een gesprek gaan voeren en dat niemand zich hoeft in te houden om dingen in de groep te gooien. Natuurlijk is het niet de bedoeling dat ze dit doen tijdens een uitleg.
- De deelnemers zetten zich in een cirkel en zeggen 1 per 1 hun naam en vertellen wat het laatste is dat ze voor de vorming nog op hun gsm hebben gedaan. (Hiermee open je het gesprek en geef je deelnemers de tijd om zich aan de situatie aan te passen)

groepsverdelers:

- Ga zonder iets te zeggen op een rij staan. Ze moeten op volgorde gaan staan naarmate de hoeveelheid schermtijd ze hebben. Eerst mogen ze niet kijken hoeveel schermtijd ze hebben en moeten ze dit zelf inschatten. Als de groep zonder iets te zeggen naast elkaar staat vraag je hen om te kijken naar hun schermtijd. Hierna doen ze dezelfde opdracht nog eens.
- Als de groep een volgorde heeft gekozen ge deze af om te na te gaan of ze juist staan. Hierna kan je vraag stellen of mensen zichzelf goed hadden ingeschat, of het confronterend is om het getal zo te zien, waar ze het meeste op zitten? Probeer zo het gesprek rustig op gang te krijgen.
- terwijl de deelnemers nog op een rij staan deel je at random kaartjes uit met verschillende sociale media platformen op. Het platform dat een deelnemer krijgt bepaald in welk groepje hij/zij zit. er zijn in totaal 4 groepjes.

2) Flappen: voordelen en nadelen (30 min)

- de groep is in 4 verdeeld. over de ruimte liggen 4 flappen verspreid. Elk groepje mag aan een flap gaan staan.
- Op 2 van de flappen mogen de groepjes enkele voordelen van sociale media zetten, deze kiezen ze zelf. Ze mogen echter niets op de flappen schrijven, ze moeten tekenen, minstens 4 tekeningen, elke tekening moeten ze een nummer geven Op de andere 2 mogen de groepjes hetzelfde doen met enkele nadelen. Zorg dat de flappen ergens ophangen of op een tafel liggen.
- De flappen worden verzameld, ik vraag aan elk groepje om op een klein papiertje te schrijven welke tekening welke betekenis heeft. De groepjes mogen elkaar niet horen. Je legt uit dat de groepjes nu van elkaar zullen moeten raden wat hun tekeningen betekenen. Het is voor hun eigen bestwil om goed mee te doen. Hiermee verdienen ze tips voor de volgende opdracht. Het groepje dat deze opdracht wint krijgt eventueel een beloning.
- iedereen gaat rond de flap van 1 van de groepjes staan. De andere groepjes krijgen per tekening 20 seconden om op hun blad te schrijven wat ze denken dat de tekening voorstelt. De groep die het dichtste bij zit krijgt een tip voor de anagrammen. je hoeft nog niet te vertellen dat dit een tip is vraag ze om de envelop waarin de tip zit nog niet te openen.
- vraag de groepjes om nadat het antwoord bekend is een klein woordje uitleg te geven bij het voordeel of nadeel dat ze hebben gekozen. je gaat verder naar de flap van de volgende groep en zo verder.

3) Anagrammenspel (20 min)

- leg uit dat je hen iets wil uitleggen maar dat je de woorden door elkaar hebt gehaald. Elk groepje moet proberen om zo snel mogelijk de woorden terug te ontrafelen. Elk groepje krijgt een envelop met anagrammen. Deze moeten ze om ter eerste ontrafelen en op de flap vooraan komen invullen. de groep die de meeste woorden heeft ingevuld wint.
- De groepjes die het in de vorige opdracht goed deden komen nu te weten dat ze hiermee tips hebben verdiend. Dit zijn papiertjes met enkele letters van hun anagrammen die al op de juiste plaats zijn ingevuld. Moesten de groepen het moeilijk krijgen kan je zoals bij galgje letters beginnen aanvullen op de flap vooraan
- Nu de anagrammen zijn opgelost komen de 4 onderstaande woorden tevoorschijn.

SIA COOLLER	SOCIALE ROL
IN FAGILDE	AFLEIDING
DJ TEEN RIZI	TIJDREIZEN
BLT TOOGSELLIN	BLOOTSTELLING

3.1) #Relatable of niet?

- Je vertelt over het begrip verslaving en over hoe dit niet het juiste begrip is om op overmatig gebruik van sociale media te plakken. We spreken over 4 probleemgebieden. Deze hebben allemaal iets te maken met 1 van de anagrammen.
- Geef een klein woordje uitleg over de probleemgebieden en vraag de deelnemers om een positie in de kamer aan te nemen naargelang hoe hard ze dat probleemgebied tegenkomen in hun eigen leven. De ene kant van de kamer is dus relatable en de andere niet relatable. Doe dit per probleemgebied 1 keer.
- Als de groep een plaats heeft ingenomen open je hierover een gesprek. Je vraagt een paar mensen om hun mening en vertelt dat de groep indien met respect op elkaar mag inpikken.

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1) Boundry blurring (sociale rol) | 3) Time displacement (tijdreizen) |
| 2) Interference (afleiding) | 4) Exposure effect (blootstelling) |

Meer info? zie bijlagen: infoblok 1

4) Scenario kaarten 10 min

- De 4 groepen krijgen elk 4 kaartjes (1 van elke kleur). Op deze kaartjes staat een scenario beschreven, zij moeten met hun groep de kaartjes op volgorde leggen. De volgorde mogen ze zelf bepalen en hangt af van hoe vaak ze dit soort problemen zelf tegenkomen.
- Je bespreekt hun bevindingen in grote groep en laat elk groepje uitleggen waarom zij voor deze volgorde zijn gegaan.
- Je legt uit dat de kleur van de kaartjes overeenkomt met elk de kleuren van de probleemgebieden. Elke groep heeft van elk probleemgebied 1 voorbeeld gekregen.
- Neem de flappen met nadelen erbij en laat de groep hun tekeningen categoriseren binnen de 4 probleemgebieden. Bij elke tekening vraag je nu of mensen hier ervaring mee hebben.

(eventuele energizer)

5a) De Digitale Bloeibrainstorm (Voor jongeren) (20 min)

- Verwijs nog eens naar het slechte verslavingsbeeld en hoe dit niet klopt. Onderzoek wijst uit dat de effecten op mentaal welzijn zeer genuanceerd zijn en vooral te maken hebben met de manier waarop je sociale media gebruikt, dit is iets wat je zelf in de hand hebt. .
- Pak de flappen met voordelen erbij en gebruik ze om toe te lichten dat sociale media vooral vol met kansen zit, vraag de tekenaars waarom ze dit tekenden, of anderen het hiermee eens zijn, nog andere ideeën hebben?
- leg op elke flap bij elke groep 1 van de 4 probleemgebieden, laat de groepen individueel brainstormen over ideeën om hiermee om te gaan. (Ze schrijven bijvoorbeeld woorden op de flappen die ze dan kunnen aanvullen met andere woorden. Dan omcirkelen).
- Laat elke groep vertellen wat hun oplossingen en aanbevelingen zouden zijn voor deze valkuilen. laat de groep hierover in gesprek gaan.
- Licht toe aan de hand van hun input wat digitaal bloeien inhoudt, 2 zaken zijn van groot belang:

1) bewustzijn

a) zelfcontrole:

b) zelfzekerheid:

2) online community (online gemeenschap):

a) wees jezelf:

b) ga opzoek naar connectie:

meer info? Zie bijlagen: infoblok 2

5b) De digitale bloeibrainstorm (Voor begeleiders) (20 min)

- In het geval dat je bezig bent met begeleiders of toekomstige begeleiders vraag je hen om te brainstormen over oplossingen als begeleider, hoe zou jij kunnen helpen bij de problemen die op de flappen staan? de oefening verloopt voor de rest hetzelfde als 5a.
- Tijdens de uitleg over het digitaal bloeien vertel je hoe de deelnemers als begeleider kunnen meewerken aan het digitaal bloeien van jongeren.
- Geef de deelnemers enkele vaak voorkomende problemen mee online, kijk of ze deze kunnen plaatsen binnen de 4 probleemgebieden.

meer info? Zie bijlagen: infoblok 3

- Belangrijk: dit kan een lange uitleg zijn, dus zorg dat de groep genoeg wordt betrokken, stel veel vragen. Doen ze dit zelf al? Heeft iemand hier al van gehoord? Wat zou digital flourishing kunnen betekenen?...
- Tip: speel na 1.b zelfzekerheid de fake news quiz. Dit sluit goed aan bij de kritische aanbeveling.

meer info? Zie bijlagen: fake news quiz

Slot

1) Hashtag Takeaway (Feedback) (10 min):

- De deelnemers krijgen enkele post-its. Je geeft hen enkele minuten om 2 of meer hashtags te bedenken die samenvatten wat ze na de vorming voelen en wat ze uit de vorming gaan meenemen (vb: #releived , #thinkbeforeyoupost) deze mogen ze vooraan op het whiteboard gaan plakken.
- Je overloopt post-its die eruit springen of vaker voorkomen nog even met de groep.

Bijstuurmogelijkheden

In deze vorming zitten enkel stevige infoblokken, het kan zijn dat na 1 van deze blokken een energizer nodig is. Mogelijke energizers zijn:

- **Selfie Hunt:** Geef de 4 groepjes een lijst met enkele dingen waar ze een selfie mee moeten nemen. Ze hebben 5 minuten om zoveel mogelijk van deze dingen af te kruisen. Als er tijd is kun je daarna met de groep over de grappige foto's gaan.

Selfielijst: iets groen, een rugzak, stromend water, een poolnoodle, een boom, een levend dier(geen mens),...

- **Fake news detector:** De deelnemers krijgen de keuze uit 3 Sociale media nieuwtjes, 2 zijn echt 1 is nep. De groepjes krijgen 2 minuten om deze feitjes te factchecken, hiervoor mogen ze hun gsm gebruiken. Hierna stemmen de deelnemers op welke ze denken dat fake is. Na afloop van de vragen rondes overloop je wie wat juist had. (Geen zin om zelf nieuwtjes op te zoeken? Zie bijlagen: Fake news vragen)
- Hierna kan je het kort hebben over fake news op sociale media. Vraag of ze hun score verwacht hadden, of ze dit moeilijk vonden,...?

Extra informatie

“Overtollig gebruik van sociale media wordt vaak als de schuld van een *smartphoneverslaving* gezien. Verslaving is echter een te geladen begrip. Als je een verslaving hebt kan je niet meer normaal functioneren in de maatschappij, het is iets waar je onmogelijk zelf van af kan raken en waar je externe hulp bij nodig hebt. Dit is niet het geval bij overtollig telefoongebruik.

Daarom spreken wij niet over verslaving maar over verschillende probleemgebieden wat sociale media betreft:

– **Boundry blurring** (sociale rol): In het echte leven neem je meestal maar 1 rol tegelijk op. (vb: thuis ben ik een zoon, bij jonge helden ben ik een stagiair, bij mijn vrienden ben ik een vriend.) Je rol hangt zo af van de context waarin je je bevindt. Dit geeft rust en overzicht.

Door sociale media komt er gemakkelijker overlap tussen je verschillende rollen. (vb: jullie zitten op een feestje als vriend maar ziet in de klasgroep als leerling dat er volgende week een toets wordt gepland, terwijl belt je moeder om te vragen of je het naar je zin hebt als kind neem je natuurlijk op.) De overlap van deze rollen kan op lange termijn voor verwarring en stress zorgen. Wat ervoor zorgt dat je minder ruimte en context hebt om deze rollen goed in te vullen.

– **Interference** (afleiding): Sociale media zijn bedrijven, deze doen er alles aan om jou (de klant) naar hun platform te krijgen. Notificaties, algoritmes en clickbait zijn allemaal manieren om ervoor te zorgen dat jij niet weggaat en snel terugkomt.

Door deze trucjes is het enorm gemakkelijk om afgeleid te worden, dit zorgt ervoor dat er minder tijd en concentratie gaat naar andere, vaak belangrijker zaken zoals (school)werk. Dit zorgt wederom voor stress.

– **Time displacement** (tijdreizen): We kennen het allemaal, je doet je gsm open om iets te checken en 1 uur later besef je opeens dat je al een uur op je gsm zit. Dit komt wederom door de trucjes die sociale media gebruikt om jou bij hen te houden. De nieuwe rage van short content is hier een mooi voorbeeld van.

Doordat je elke keer nieuwe opvallende korte video's ziet zorgen sociale media ervoor dat je brein door de continue toedracht van dopamine (het gelukshormoon) niet doorheeft dat het zich eigenlijk aan het vervelen is. Je raakt dus niet alleen snel afgeleid door sociale media maar je bent ook moeilijk af te leiden van je sociale media.

– **Exposure effect** (blootstelling): Dit effect doet zich voor wanneer je als persoon iets te zien krijgt op sociale media wat je negatief beïnvloedt. Er wordt zoveel content op sociale media gepost dat het onmogelijk is dat er af en toe niets tussen komt wat er niet hoort. Zo een schokkende beelden kunnen mensen die hen te zien krijgen traumatiseren of negatief beïnvloeden.

Maar het zijn niet enkel video's die er niet horen te zijn die je negatief kunnen beïnvloeden. als iemand iets op het internet zet is dit vaak een momentopname, zo gemaakt dat hun leven of huidige situatie perfect lijkt.

(vb: een bodybuilder met een gigantisch lichaam, de lichten en camera vergroten het effect, hij heeft net een pump en deelt enkel foto's van het resultaat zonder te laten zien hoe lang het duurt of hoeveel spuitjes je nodig hebt om daar te raken)

(vb: een model deelt een foto waar haar buik super strak op staat, het effect wordt vergroot door de hoek van de camera, ze drinkt al 24 u geen water om geen volle buik te hebben, al het harde werk en strikte bijna onmenselijke diëten wordt niet getoond. Enkel de foto met de platte buik)

Je weet zelf goed genoeg dat dit zo is want als je zelf iets online post kies je ook niet zomaar elke foto om met iedereen te delen. Dit kan voor veel mensen leiden tot een slecht zelfbeeld of een gevoel van schaamte (omdat zij niet zo mooi, rijk, GELUKKIG zijn) dit terwijl de mensen achter de foto's vaak met dezelfde gevoelens zitten.”

1) bewustzijn:

a) zelfcontrole:

- voor iedereen anders: Er zijn geen algemene regels mogelijk, zoveel uur schermtijd per dag bv is voor de ene veel effectiever dan voor de andere. Jij kent jouw grenzen het beste. Zorg dat je je bewust bent van de trucjes die sociale media gebruiken om je bij hen te houden. Trap er BEWUST niet in.
- clickbait: De meeste mensen weten wat dit is (een titel of afbeelding plaatsen bij een sociale media post die de inhoud interessanter of anders doet lijken dan hij is om je te lokken), toch beslis jij om op de posts te klikken. Doe dit eens bewust niet.
- notificaties: Zet notificaties waarvan dat je weet dat ze je mogelijk kunnen afleiden af. Dit is super makkelijk om te doen in je instellingen. Zo bepaal jij zelf wat jou mag afleiden of wat niet.
- algoritme: Nog een trucje van sociale media (sociale media houdt bij op wat voor soort posts je klikt. Dit zodat ze je in de toekomst meer van dit soort posts zouden kunnen aanbieden opdat je daar dan meer op zou klikken. Hierdoor komen sommige mensen in een bubbel te zitten en zien ze steeds dezelfde soort content) , de meeste mensen weten wat dit is maar lijken zich er niet van bewust te zijn hoe hard dit hun online gebruik beïnvloed. Je kunt hierdoor in een bubbel terecht komen, dit wordt concreet een probleem als je bijvoorbeeld enkel video's van 1 politieke visie begint te krijgen. Probeer ook online je grenzen te verlengen en nieuwe dingen te ontdekken en bij te leren. Dit kan je bijvoorbeeld doen door je algoritme op apps als Instagram en tiktok te verversen. Dat is sinds kort mogelijk. Een andere tip is om bewust veel kanalen te volgen zodat je je algoritme vanzelf breed houdt.
- handige apps: Er zijn nog zo veel meer trucjes die sociale media gebruiken om jou klikkende te houden. Ik kan ze hier onmogelijk allemaal opnoemen. Er zijn talloze apps die je kunnen helpen om deze trucjes te doorzien en zelfs uit te schakelen. *Offtime* en *Breakfree* zijn hier voorbeelden van. Maar er zijn er veel meer. Met zaken zoals: je notificaties tactisch dempen, je kleuren aanpassen, sommige apps op jouw maat blokkeren. Kan je ervoor zorgen dat jij je online gebruik volledig zelf in de hand hebt.

b) zelfzekerheid:

- vergelijk jezelf niet met iets waarvan je weet dat het niet echt is
- haal motivatie uit anderen, gebruik sociale media om jezelf te verbeteren, niet om jezelf neer te halen

2) online community (online gemeenschap):

a) wees jezelf:

- zonder de vrijheid van een ander te ontnemen om hetzelfde te doen
- is een trend die vaker opkomt (vb Joey Denzel is open over zijn gebruik van steroïden, Billie Eilish post foto's zonder make up.)

b) ga opzoek naar connectie:

- communicatie: sociale media kan ervoor te zorgen dat je altijd en overal in contact kunt staan met iedereen die je kent.
- ontmoet nieuwe mensen: Dankzij sociale media kan je mensen van over de hele wereld ontmoeten. Mensen die je anders nooit in je leven was tegengekomen.
- leer van elkaar: Sociale media moet worden gebruikt om skills, tradities, weetjes en waarden met elkaar te delen. Ga op zoek naar content die je prikkelt en je aan het leren zet: een gratis gitaarles zit nu op je te wachten op YouTube, talloze kookkanalen, maar ook bijvoorbeeld video's van bejaarden die jonge mensen leren omgaan met hoe de wereld voor hen zo snel veranderd. Alles valt te vinden, wie zoekt die vindt.
- sluit niemand uit: Het is niet minder erg om iemand uit te sluiten of te pesten omdat het niet in hun gezicht is. Online pesten en uitsluiten is even erg en zelfs laffer. Als je merkt dat dit gebeurt, zoek dan meteen naar mensen die kunnen helpen.

Fake news quiz:

RONDE 1

- A) YouTube test een functie waarbij je alleen kunt reageren als je eerst een advertentie kijkt.
- B) En influencer verkocht een 'onzichtbaar kunstwerk voor 1 miljoen dollar.
- C) Facebook heeft ooit per ongeluk het hele platform een uur lang verwijderd.

Antwoord: A is FAKE!

- B is echt: Een Italiaanse kunstenaar verkocht een onzichtbaar kunstwerk, het heette "Io Sono" (Ik Ben).
- C is echt: Door een interne fout legde Facebook per ongeluk zijn hele platform plat in 2021.

RONDE 2

- A) Een tiener verdiende duizenden euro's door digitale lucht te verkopen als NFT.
- B) Er bestaat een dating-app waar je alleen kunt matchen met mensen die dezelfde TikTok-trends leuk vinden.
- C) Instagram overweegt een 'dislike'-knop toe te voegen om negativiteit te verminderen.

Antwoord: C is FAKE!

- A is echt: Een tiener verkocht "niets" als een NFT en verdiende er geld mee.
- B is echt: Er zijn niche dating-apps, zoals "Schmooze," waar je matcht op basis van memes en TikTok-interesses.

RONDE 3

- A) Een TikTok-trend zorgde ervoor dat mensen per ongeluk hun iPhone permanent vergrendelden.
- B) Een YouTuber bouwde een volledig functionerende huisrobot die koffie zet en posts plaatst op X
- C) Instagram test een functie waarbij je een post kunt 'lenen' van een andere gebruiker en op je eigen account kunt zetten.

Antwoord: C is FAKE!

- A is echt: De "10x verkeerde code"-challenge op TikTok vergrendelde iPhones permanent.
- B is echt: YouTuber "Mark Rober" bouwde een slimme robot die online posts maakt en koffie serveert.

RONDE 4

- A) Er bestaat een socialemidiaplatform dat alleen toegankelijk is op volle maan.
- B) Een man trouwde met een hologram van een animepersonage en deelt hun relatie op Instagram.
- C) TikTok test een functie waarbij je op video's kunt reageren met geur (via geuraccessoires).

Antwoord: C is FAKE!

- A is echt: Er bestaan experimentele platforms zoals "Moonday", die alleen actief zijn tijdens volle maan.
- B is echt: In Japan trouwde iemand met een hologram van Hatsune Miku en documenteerde alles online.

RONDE 5

- A) Een student programmeerde een AI die al zijn Tinder-chats automatisch voor hem deed, met echte dates als gevolg.
- B) Spotify Wrapped bevatte in 2023 een AI-gegenereerde DJ die persoonlijk commentaar gaf op je luistergedrag.
- C) Dankzij Meta kan je een persoon nu met 1 knop op alle sociale media platformen tegelijk blokkeren.

Antwoord: C is FAKE!

(tip: door de letters antwoordopties verspreid in de ruimte te hangen moeten de deelnemers zich actief verplaatsen)

Infoblok 3: begeleidershouding

Jongeren hebben nood aan ondersteuning:

1) Desinformatie/actualiteit:

80% van de jongeren gebruikt sociale media als bron van actualiteit. MAAR jongeren schatten zichzelf vaak te hoog in. Sociale media is niet gemaakt voor jongeren. Het is gemaakt om geld mee te verdienen. Fake news en ongeschikte beelden zijn zaken die jongeren dagelijks tegenkomen online. Als begeleider is het belangrijk om bereikbaar te zijn bij voor jongeren die iets schokkend zijn tegengekomen om erover te praten. verwijst hen naar bronnen die wel betrouwbaar zijn omwille van een waakhondfunctie. (vb. NWS NWS NWS)

2) Zelfbeeld

Jongeren nemen veel aan van wat ze online zien. Dit kan een negatieve invloed hebben op hun mentale gezondheid. Het landschap van sociale media heeft in de laatste jaren een shift gemaakt. Gebruikers posten minder en consumeren meer van een kleinere groep bekende influencers. Deze hebben de middelen om hun leven perfect te doen lijken. het is belangrijk om heirond te sensibiliseren en jongeren (digitaal bloeien) aan te zetten om online zichzelf te zijn om zo niet bij te dragen aan het probleem.

3) Grenzen en privacy

HEEL BELANGRIJK! Maak niet de fout van victim blaming. Sexting is een normaal gegeven bij jongeren. Tips als stuur geen seksueel getinte foto's helpen niet en leggen de schuld bij de verzender. Terwijl deze foto's vaak met wederzijdse toestemming. Als je de verantwoordelijkheid bij de verzender legt verlaag je ook meteen de drempel voor de ontvanger om hier iets onethisch mee te doen zoals hem rond te sturen. Focus op waarden en normen en een duidelijk beeld van toestemming, NIET op het proberen stoppen van een normaal proces van jongeren die zichzelf online ontdekken.

4) Omgaan met cyberpesten

Zeer weinig jongeren durven niet over cyberpesten te spreken. Gebruik vormingen als deze (met de bedoeling om het gesprek te openen) om jongeren hier een kans te geven dit wel te doen. Jeugdwerkers hebben een unieke informele autoriteitshouding die er hen toe in staat stelt om als een van de enige hier het gesprek over te openen. gebruik dit, laat die kans niet liggen.

Als je merkt dat binnen jou groep online gepest wordt. Weet dat dit vaak een verlengde is van pesterijen in een offline omgeving. Pak het daar ook aan. Kijk naar de groepsdynamica en gebruik methodes zoals No Blame om hiermee om te gaan.

5) verslaving/overtollig gebruik

Twee handige allegorieën om verslaving toe te lichten.

- Gokautomaat: Dopamineboost bij nieuwe prikkels die continu zijn bij short form content, deze content stop nooit als een gokker die oneindig veel chips heeft. Onzekerheid van wat de volgende content is net als bij het resultaat van een gokautomaat speelt ook in op dopaminesysteem. Dit systeem is bij jongeren nog onstabiel en erg beïnvloedbaar.
- Het plein, sociale media is als een groot plein: al je vrienden zitten er, er gebeurt continu iets nieuw en interessant. Jammer genoeg kan je natuurlijk niet heel de tijd op dit plein zitten ondanks de FOMO die je zou ervaren als je er niet bent. Nu gaat dat wel sociale media is het nieuwe plein waar jongeren continu bereik toe hebben. FOMO zorgt voor overmatig gebruik.