

Chantal Zaagman

Hoe social media in het onderwijs een 'like' krijgt

Social media gebruik in het onderwijs van de Hanzehogeschool



Communicatiesystemen – Web & Mobile Services

In opdracht van Go2socialmedia

6 oktober 2014

Hoe social media in het onderwijs een 'like' krijgt

Social media gebruik in het onderwijs van de Hanzehogeschool

Auteur
Studentnummer
Klas
Opdrachtgever

Chantal Zaagman
398340
CSV4c
Go2socialmedia
Hanzehogeschool Groningen
Instituut voor Communicatie, Media en IT
Communicatiesystemen
Web & Mobile Services

Opleiding
Specialisatie

6 oktober 2014



“We don’t have a choice on whether we do social media, the question is how well we do it” - Erik Qualman

Samenvatting

Social media maakt steeds meer terrein in de huidige samenleving. Door social media in het onderwijs in te zetten is er een betere aansluiting op de behoeftes van de student en hun toekomstige beroepspraktijk.

De Hanzehogeschool is een hogeschool met circa 25.000 studenten en 2.7000 werknemers. De Hanzehogeschool zet social media nog niet groot in, maar heeft hier wel interesse in. In de toekomst wil de school meer gebruik maken van e-learning. Voor 2020 moet er een nieuwe onderwijsvisie geformuleerd worden, het stafbureau onderwijs & onderzoek is hier verantwoordelijk voor. Go2socialmedia is door hun aangewezen om de rol beleidsadviseur 'Innovatie in de leeromgeving' in te vullen. Go2socialmedia ondersteunt hiermee het stafbureau onderwijs & onderzoek bij het ontwikkelen van deze onderwijsvisie. Social media is een aspect van e-learning. In het kader van het vormgeven van een didactisch onderwijsconcept wil het stafbureau van onderwijs & onderzoek weten:

Hoe kan social media het onderwijsproces verrijken op het gebied van didactiek en welke social media kanalen kunnen daarvoor het beste gebruikt worden?

Dit onderzoek wordt conform (Verschuren & Doorewaard, 2007) opgesplitst in drie centrale vragen die gezamenlijk de hoofdvraag beantwoorden. Om de eerste centrale vraag te beantwoorden is er theoretisch onderzoek gedaan naar social media en digitale didactiek. Uit dit onderzoek zijn voorlopige aanbevelingen opgesteld.

Door middel van kwantitatief onderzoek wordt er antwoord gegeven op de tweede centrale vraag. De behoeften en wensen over social media gebruik in het onderwijs van studenten en docenten worden hier duidelijk.

Vervolgens worden deze behoeften en wensen van studenten en docenten bij de derde centrale vraag vergeleken. Overeenkomsten en verschillen worden hier duidelijk. Nu de wensen en behoeften duidelijk zijn, kan het definitieve advies gegeven geformuleerd worden. Deze is te lezen in hoofdstuk 8 Advies.

Dit advies is gebaseerd op de voorlopige aanbevelingen die zijn aangepast aan de behoeften en wensen van studenten en docenten.

Uit de theorie komt naar voren dat Facebook en Twitter de meest gebruikte social media kanalen zijn in 2014. Uit de vele voorbeelden die gevonden zijn blijkt dat Facebook en Twitter goed in het onderwijs ingezet kunnen worden, en dat dit al op vele verschillende manieren gedaan wordt. Er zijn risico's verbonden aan het inzetten van social media in het onderwijs. Zo is er een grotere blootstelling aan de kwetsbaarheid en mogelijkheid van verlegenheid of falen in een openbare ruimte. Privacy is ook een belangrijk punt. Onderwijsorganisaties zijn verantwoordelijk om de veiligheid en privacy van hun medewerkers en studenten te waarborgen.

Na social media wordt de theorie van digitale didactiek onderzocht. Digitale didactiek definieert zich als kennis en kunde met betrekking tot het gebruik van ICT bij het faciliteren van het leren. Er zijn meerdere redenen waarom digitale didactiek belangrijk is bij de inzet van social media in het onderwijs. Zo verbetert en vernieuwt social media het onderwijs wanneer het goed wordt ingezet. Het succesvol implementeren van social media verder dan alleen technische kwesties.

Volgens Simons [2003] heeft social media verschillende krachten. Zo kan het helpen om een afwisselende leeromgeving te creëren, helpt het de muren van de school te doorbreken, stelt het studenten in staat kennis te creëren en delen en helpt het om denk- en samenwerkingsprocessen transparant te maken. Kesselring [2012] heeft een model ontwikkeld dat hier goed op aansluit, het Klavertje4Model. Volgens hem heeft social media invloed op vier terreinen: didactische meerwaarde, digitaal burgerschap, samenwerken en externe communicatie.

Kwantitatief onderzoek geeft antwoord op de tweede centrale vraag. Middels een enquête worden de wensen en behoeften van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over de inzet van social media in het onderwijs duidelijk. In deze enquête wordt er gevraagd naar het social media gebruik in hun vrije tijd en binnen de opleiding. Ook wordt gevraagd waar studenten en docenten social media voor willen gebruiken in het onderwijs en of ze tevreden zijn met de huidige mediakanalen (Blackboard en MijnHanze).

Uit dit onderzoek blijkt dat studenten en docenten vooral social media willen gebruiken om praktische informatie te communiceren. Dit zijn zaken als afspraken over tijd en locatie, ziekte en belangrijke mededelingen. Wel blijven studenten en docenten graag Blackboard gebruiken voor het uitwisselen van inhoudelijke informatie als feedback en lesinformatie.

Bij de derde centrale vraag worden de wensen en behoeften van docenten en studenten uit het kwantitatief onderzoek met elkaar vergeleken. Hieruit blijkt dat er veel overeenkomsten zijn. Beide maken veel gebruik van social media in hun vrije tijd, maar gebruiken het nog weinig binnen de opleiding. Studenten gebruiken het nu vooral om met andere studenten te communiceren over praktische zaken. Docenten gebruiken social media nu vooral voor inhoudelijke communicatie met studenten en communicatie met iemand buiten de opleiding. Beide vinden ze dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie tussen student en docent. Docenten geven aan hier wel ondersteuning voor nodig te hebben. Ze hebben tijd nodig binnen hun aanstelling en hebben daarnaast ondersteuning nodig in het opdoen van kennis van didactisch social media gebruik. Wanneer ze deze ondersteuning van de Hanzehogeschool zouden krijgen, zeggen de meeste docenten social media misschien in het onderwijs in te gaan zetten.

Het advies bestaat uit acht aanbevelingen. Als eerst wordt er aanbevolen om social media in het onderwijs te gebruiken. Gebruik hiervoor social media kanalen die veel gebruikt worden. Momenteel zijn Facebook en Twitter goede keuzes. Deze zitten beide in de top vijf van social media kanalen met de meeste gebruikers. Tevens zijn er van beide kanalen veel voorbeelden te vinden over hoe deze in het onderwijs ingezet kunnen worden.

Studenten en docenten geven in de enquête aan social media te willen gebruiken voor praktische communicatie. De school kan een plek voor studenten (zoals een Facebookpagina) voor praktische communicatie, maar kan ook studenten attenderen op de mogelijkheden zodat deze dit zelf kunnen faciliteren.

Momenteel willen studenten en docenten social media in het onderwijs vooral gebruiken voor communicatie. Het advies is om rond de twee jaar opnieuw een enquête te houden onder studenten om zo op de hoogte te blijven van de wensen en behoeften. Als laatst is het advies om richtlijnen en protocollen op te stellen voor social media gebruik in het onderwijs. Dit omdat er veel risico's (zoals discriminatie, privacy en reputatieschade) aan social media in het onderwijs zijn verbonden.

Voorwoord

Na vier jaar de opleiding communicatiesystemen gevolgd te hebben is het nu tijd om mijn laatste product voor deze opleiding af te leveren: mijn afstudeeropdracht die ik heb uitgevoerd voor Go2socialmedia.

Mijn interesse voor social media komt voort uit mijn voormalig werk als webcare agent bij Nederlandse Spoorwegen. Het was al snel duidelijk dat ik hier meer mee wilde doen tijdens de opleiding. Tijdens mijn stage koos ik er daarom ook voor om een social media plan op te stellen. Dit onderwerp moest logischerwijs ook terugkomen in mijn scriptie. Gelukkig heb ik de kans gekregen om dit bij Go2socialmedia waar te maken.

Uiteraard wil ik ook een aantal mensen bedanken die een bijdrage hebben geleverd aan de totstandkoming van dit rapport. Als eerst wil ik mijn opdrachtgever Jean-Pierre Komans bedanken voor de mogelijkheid om deze opdracht uit te voeren. Ook wil ik mijn begeleider Arie van de Craats bedanken voor de ondersteuning. Als laatst wil ik alle studenten en docenten van de Hanzehogeschool bedanken die mee hebben gedaan aan mijn enquête, zonder jullie was het niet gelukt!

Chantal Zaagman

Uithuizen, 6 oktober 2014

Inhoudsopgave

Inleiding

1. Projectkader	1
2. Organisatie	3
2.1 Missie & Visie	3
2.2 Stafbureau onderwijs & onderzoek	3
3. Theoretisch kader	4
3.1 Definitie social media	4
3.2 Trends en ontwikkelingen social media	4
3.3 Digitale didactiek	6
3.4 Didactisch inzetten social media	6
3.5 Didactische meerwaarde social media	8
3.6 Risico's social media	9
4. Onderzoeksontwerp	10
4.1 Onderzoeksfase	10
4.2 Doelstelling	10
4.3 Het onderzoeksmodel	11
4.3.1 Onderzoeksubjecten	11
4.4 Onderzoeksvragen	12
5. Methodologische verantwoording	13
5.1 Het onderzoek	13
5.2 Theoretisch onderzoek	14
5.3 Kwantitatief onderzoek	14
5.3.1 Steekproef	14
5.3.2 Enquêtevragen	15
5.3.3 Keuze social media kanalen	15
5.4 Betrouwbaarheid	15
5.4.1 Studenten	16
5.4.2 Docenten	16

6. Onderzoeksresultaten	17
<i>6.1 Eerste centrale vraag</i>	17
6.1.1 Definitie social media	17
6.1.2 Trends/ontwikkelingen social media	18
6.1.3 Digitale didactiek	21
6.1.4 Didactisch inzetten social media in het onderwijs	22
6.1.5 Meerwaarde digitale didactiek	24
6.1.6 Risico's social media	26
<i>6.2 Tweede centrale vraag</i>	27
6.2.1 Mening studenten social media gebruik	27
6.2.2 Conclusie wensen en behoeften studenten	30
6.2.3 Mening docenten social media gebruik	31
6.2.4 Conclusie wensen en behoeften docenten	33
<i>6.3 Derde centrale vraag</i>	35
6.3.1 Wensen en behoeften studenten en docenten	35
7. Conclusie	37
8. Advies	39
Literatuurlijst	41
Bijlagen	
Bijlage I Enquêteresultaten studenten	1
Bijlage II Enquêteresultaten docenten	10
Bijlage III Verschil studenten en docenten	19

Inleiding

Bijna negen op de tien Nederlanders maakt gebruik van social media (Newcom, 2014). Ook bedrijven zijn social media gaan gebruiken. In 2012 maakte vier van de tien bedrijven al gebruik van social media (CBS, 2012). Social media heeft zich hierdoor gevestigd in de hedendaagse samenleving.

In onze vrije tijd maken we dus gebruik van social media en we kunnen er zelfs bedrijven mee bereiken.

Maar hoe zit het met de plek waar we voorbereid worden op het bedrijfsleven; de opleiding? Ook opleidingen kunnen niet achterblijven in het gebruik van social media. De eerder geciteerde uitspraak van Erik Qualman heeft een belangrijke rol in deze scriptie. We kunnen niet meer om social media heen, we moeten het eigenlijk wel inzetten. En om dit succesvol te doen binnen de opleiding is onderzoek nodig.

Dit rapport gaat over de inzet van social media in het onderwijs. Het gaat hierbij niet om marketingdoeleinden, maar om ondersteuning van studenten en docenten binnen de opleiding. Er wordt in dit rapport een antwoord gegeven op de vraag:

Hoe kan social media het onderwijsproces verrijken op het gebied van didactiek en welke social media kanalen kunnen daarvoor het beste gebruikt worden?

Het rapport is als volgt opgebouwd: In hoofdstuk 1 wordt de aanleiding van het onderzoek besproken samen met de probleemstelling. In hoofdstuk 2 wordt er verder ingegaan op de opdrachtgever. Vervolgens wordt er in hoofdstuk 3 het theoretisch kader omschreven en in hoofdstuk 4 het onderzoeksontwerp. In hoofdstuk 5 wordt vervolgens de methodiek van het onderzoek besproken en in hoofdstuk 6 worden de onderzoeksresultaten vermeld. Tot slot is een conclusie en advies te lezen.

1. Projectkader

In het projectkader wordt het onderwerp van het onderzoek en de context ervan beschreven. Deze informatie helpt vervolgens om de doelstelling vast te stellen.

Volgens Littlejohn & Pegler [2007] wordt het onderwijs verbeterd wanneer er gebruik wordt gemaakt van nieuwe media. Door nieuwe media in te zetten in het onderwijs is er een betere aansluiting op de behoeftes van de student; het inzetten van nieuwe media past bij hun levensstijl.

Ook geven Littlejohn & Pegler [2007] aan dat studenten meer technologie in het onderwijs willen en verwachten.

Het werken met social media bevordert competenties die in de huidige samenleving van belang zijn; de zogenaamde 21st Century Skills. (Education Connection, 2014). Denken in patronen, creativiteit, informatievaardigheden, kunnen samenwerken en problemen kunnen oplossen zijn hier enkele voorbeelden van.

Duffy en Bruns [2006] beschrijven de kansen om social media tools als blogs, wiki's en RSS feeds in het onderwijs in te zetten. In de huidige 'sociale' en 'mobiele' wereld moet de wijze waarop onderwijsmateriaal aangeleverd wordt overeenkomstig zijn met wat de student na zijn studie tegenkomt. Ze stellen dat onderwijsinstellingen een obligatie hebben om studenten hier op de best mogelijke manier op voor te bereiden door samenwerkende communicatieve vaardigheden te stimuleren.

E-learning.nl geeft de volgende definitie van e-learning: "E-learning" is de verzamelnaam voor het vormgeven van leersituaties (formeel en informeel) met behulp van informatie- en communicatietechnologie (in het bijzonder internettechnologie). (E-learning.nl, 2014)

De Hanzehogeschool zet social media nog niet groot in, maar heeft hier wel veel interesse in. In de toekomst wil de Hanzehogeschool meer gebruik maken van e-learning, het gebruik van social media speelt hier ook een rol in. In 2013 is al een voorlopige onderwijsvisie voor 2020 geformuleerd door Komans & Lenting [2014]:

"De Hanzehogeschool Groningen is een leergemeenschap van onderzoekende professionals. Studenten, docent-onderzoekers en werkveldpartners ontwikkelen zich in een veilig en ambitieus leerklimaat en werken vanuit gedeelde waarden samen aan vragen die in de regio en (inter)nationaal spelen. Onderwijs, onderzoek en beroepspraktijk versterken elkaar in professionele leeromgevingen. Zo ontstaan krachtige netwerken van onderzoekende, ondernemende en innovatieve professionals die de wereld in beweging zetten."

Momenteel wordt er een didactisch onderwijsconcept ontwikkeld die aansluit aan deze voorlopige nieuwe onderwijsvisie van de Hanzehogeschool. Het stafbureau onderwijs & onderzoek is hier verantwoordelijk voor. Deze hebben Go2socialmedia aangesteld om de rol als beleidsadviseur 'Innovatie in de leeromgeving' te vervullen, zij zullen het stafbureau onderwijs & onderzoek ondersteunen in het ontwikkelen van de onderwijsvisie en bijpassend didactisch onderwijsconcept.

Social media is een aspect van e-learning. In het kader van het vormgeven van een didactisch onderwijsconcept wil het stafbureau van onderwijs & onderzoek weten:

Hoe kan social media het onderwijsproces verrijken op het gebied van didactiek en welke social media kanalen kunnen daarvoor het beste gebruikt worden?

2. Organisatie

In dit hoofdstuk wordt de Hanzehogeschool en het stafbureau onderwijs & onderzoek besproken. Als eerst wordt er gekeken wat voor organisatie de Hanzehogeschool is, en wat deze doet. Vervolgens wordt er gekeken naar wat de taken zijn van het stafbureau onderwijs & onderzoek.

De Hanzehogeschool vierde in 2013 haar 215-jarig bestaan. De hogeschool heeft vestigingen in Groningen, Assen, Leeuwarden en Amsterdam en heeft circa 25.000 studenten en 2.700 personeelsleden. De Hanzehogeschool Groningen ontwikkelt zich tot een kennisinstelling voor toegepast onderzoek met 50 lectoraten en zes kenniscentra. Hiermee werkt de Hanzehogeschool nauw samen met het bedrijfsleven en non-profit instellingen.

De Hanzehogeschool heeft het volgende onderwijsaanbod:

- Meer dan 70 bachelor opleidingen
- Acht programma's voor Associate degrees
- 17 masteropleidingen
- Nederlands-, Duits- en Engelstalige opleidingen.

In het hoger beroepsonderwijs worden studenten voorbereid op de beroepspraktijk. Social media is tegenwoordig niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Wanneer de Hanzehogeschool studenten goed wil voorbereiden op de beroepspraktijk, dient social media ook een onderdeel te zijn van het onderwijs.

2.1 Missie & Visie

Missie

De Hanzehogeschool wil vanuit een Europees perspectief op hoger onderwijs de belangrijkste partner van de bedrijven en instellingen in Noord-Nederland zijn bij het opleiden van professionals en het ontwikkelen van toepasbare praktijkgericht kennis.

De Hanzehogeschool onderscheidt zich van andere hogescholen door de sterke nadruk op internationaliseren en de directe band met de noordelijke regio.

Visie

Studenten en medewerkers zijn partners in een kennism Gemeenschap en leveren elk hun eigen bijdrage aan het gezamenlijke doel: uitstekende professionals op het hoogste niveau aan de maatschappij leveren. De student en diens individuele ontwikkeling tot competente beroepsbeoefenaar staan hierbij centraal. De samenwerking met bedrijven en instellingen in kennistoepassing en innovatie, en de vormgeving van het onderwijs, is daarbij onmisbaar. (Introductie Hanzehogeschool, 2014)

2.2 Stafbureau onderwijs & onderzoek

Stafbureau onderwijs & onderzoek adviseert en ondersteunt schools, kenniscentra en het College van Bestuur bij de verbetering van het onderwijs en toegepast onderzoek van de Hanzehogeschool.

Go2socialmedia is ingehuurd om beleidsadviseur 'Innovatie in de leeromgeving' te zijn voor stafbureau onderwijs & onderzoek.

3. Theoretisch kader

In het theoretisch kader worden theorieën toegelicht die van toepassing zijn op het onderzoek naar social media gebruik in het onderwijsproces.

Als eerst wordt de theorie over social media besproken. Er wordt bijvoorbeeld gekeken naar trends en ontwikkelingen op het gebied van social media. Hierdoor wordt duidelijk welke social media kanalen het meest gebruikt worden zodat hier gefocust op kan worden.

Vervolgens wordt de theorie digitale didactiek besproken. Er wordt ingegaan op het belang van digitale didactiek en wat de didactische kracht van social media is. Deze informatie is belangrijk voor het opstellen van voorlopige aanbevelingen over de inzet van social media in het onderwijsproces.

Als laatst worden de risico's besproken en hoe deze gemanaged kunnen worden.

3.1 Definitie social media

Kaplan en Haenlein vertalen social media als “een groep internetapplicaties die gebruik maken van de ideologie en de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content.” (Kaplan en Haelein, 2010)

Om deze definitie duidelijk te krijgen is een definitie voor Web 2.0 nodig. Tim O'Reilly bedacht deze term rond 2001. Met Web 2.0 verwijst hij naar een ontwikkeling op het internet tot een interactief medium waarbij gebruikers informatie kan downloaden en uploaden.

3.2 Trends en ontwikkelingen social media

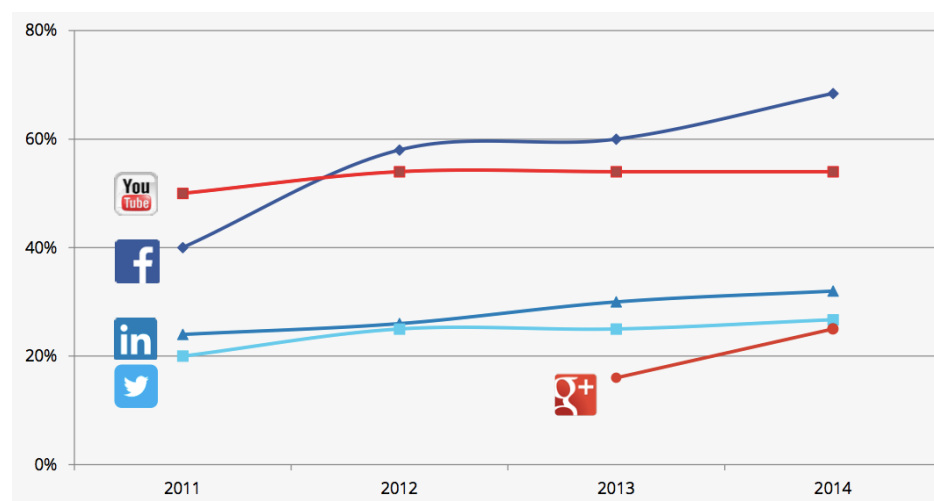
Vanaf 2010 voert Newcom in Nederland jaarlijks het Nationaal Social Media Onderzoek uit. In januari van 2014 heeft Newcom voor het laatst dit onderzoek uitgevoerd. Newcom heeft hiervoor Nederlanders van 15 jaar en ouder uitgenodigd om een online vragenlijst in te vullen. Dit heeft geresulteerd in een respons van 15.179.

Hieronder cijfers van het aantal (dagelijkse) gebruikers van de vijf populairste social media kanalen van 2014:

		2013	2014	% verandering in 2014 t.o.v. 2013
 Facebook	Gebruik	7,9 miljoen	8,9 miljoen	+13%
	Dagelijks gebruik	5,0 miljoen	6,1 miljoen	+22%
 Youtube	Gebruik	7,1 miljoen	7,1 miljoen	0%
	Dagelijks gebruik	0,9 miljoen	1,1 miljoen	+22%
 Linkedin	Gebruik	3,9 miljoen	4,1 miljoen	+5%
	Dagelijks gebruik	0,4 miljoen	0,3 miljoen	-25%
 Twitter	Gebruik	3,3 miljoen	3,5 miljoen	+6%
	Dagelijks gebruik	1,6 miljoen	1,5 miljoen	-6%
 Google+	Gebruik	2,0 miljoen	3,3 miljoen	+65%
	Dagelijks gebruik	0,5 miljoen	1 miljoen	+100%

Tabel 1 Social media gebruik 2013/2014

Hieronder een uitgebreider overzicht van de populairste social media kanalen en haar gebruikers. Hier is per jaar te zien hoeveel procent van de ondervraagden gebruik maakt van de genoemde social media kanalen.



Grafiek 1 Social media gebruik vanaf 2011

Uit deze gegevens blijkt dat in 2014 Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter en Google+ de meest populaire social media kanalen zijn. Daarnaast maken al deze social media kanalen een groei door, Youtube uitgezonderd.

3.3 Digitale didactiek

Hoogleraar Simons, P.R.J. [2002] definieert digitale didactiek als kennis en kunde met betrekking tot het gebruik van ICT bij het faciliteren van het leren.

Belang digitale didactiek

Onderwijskundige specialisten besteden veel aandacht aan e-learning, maar er wordt echter weinig aandacht besteed aan de kennis en kunde met betrekking tot het gebruik van ICT bij het faciliteren van leren. Digitale didactiek is belangrijk om de volgende redenen:

1. Succesvol implementeren van e-learning gaat verder dan alleen technische kwesties;
2. Mits juist ingezet kan ICT het onderwijs en bedrijfsopleidingen verbeteren en vernieuwen (denk aan flexibilisering van het onderwijs of met behulp van nieuwe communicatiemogelijkheden een rijke leeromgeving ontwikkelen);
3. Zeker een overgangperiode, waarin e-learning nog niet is ingeburgerd vraagt om nadruk op digitaal-didactische kwesties;
4. Een andere visie op leren leidt niet vanzelf tot ander gedrag;
5. Het is belangrijk dat studenten zelfstandig digitaal kunnen leren, op een manier die is geïntegreerd in onderwijs- en opleidingsactiviteiten;

3.4 Didactisch inzetten social media

De vijf social media kanalen met de meeste gebruikers in 2014 worden al ingezet in het onderwijs. Er zijn vooral veel voorbeelden te vinden van Facebook en Twitter.

Hieronder een opsomming waarvoor een Facebookpagina voor een klas ingezet kan worden:

Facebook

- Een Facebookpagina kan dienen als portaal voor content als foto's en video's.
- De docent heeft de mogelijkheid om reminders, aankondigingen en aankomende deadlines te zenden aan de gehele klas.
- Het kan een verzamelplek zijn voor interessant blogs, wiki's, internetsites en meer.
- Een docent kan studenten aanmoedigen om zelf content te plaatsen op deze pagina na aanleiding van gegeven lessen. (the ultimate 2012)
- Een Facebookpagina kan zorgen voor input voor een les. Student Kirsten Carton in Walsh [2010] vertelt dat ze na het bestuderen van een stof op de Facebookpagina een stukje tekst schreven over wat ze gelezen hadden met opmerkingen en vragen. De docent kan deze informatie gebruiken bij de komende les. Het voordeel hiervan is dat de stof niet dubbel behandeld wordt in de les, en er direct relevante vragen beantwoord kunnen worden.

- Facebookpagina 's zijn erg geschikt voor het leren van talen. Cesarano in Cerny [2010] is leraar Spaans. Cesarano heeft een Facebookpagina aangemaakt waarin alleen in het Spaans gecommuniceerd mag worden. Hij verplicht studenten om op alle posts te reageren. Hij noemt het voordeel van Facebook dat studenten hier in hun vrije tijd al gebruik van maken. Ze hoeven hierdoor niet leren omgaan met een nieuw medium.
- Voor geschiedenislessen kunnen neppe profielen van historische figuren gemaakt worden. Online applicatie Fakebook kan hiervoor gebruikt worden. Naast het aanmaken van een profiel van een historisch persoon kunnen er foto's geplaatst worden van bekende gebeurtenissen. Door een Facebookpagina van een historisch persoon na te maken leert de student op een leuke wijze iets over geschiedenis. (5 fake, 2011)
- Een Facebookpagina van een klas kan een verzamelplek zijn voor samenvattingen die studenten gaandeweg moeten schrijven. (Walsh, 2010)
- Een opleiding kan via een eigen Facebookpagina nieuws verspreiden als aankomende evenementen en nieuws over de opleiding. (99 ways, 2012)
- Studenten kunnen via een Facebookpagina van de klas hulp vragen bij het maken van huiswerk. Andere studenten, maar ook de docent kunnen hierop reageren. (99 ways, 2012)
- Discussies kunnen op een Facebookpagina worden aangegaan. (McDonald, 2013)

Twitter

Ook Twitter kan op verschillende manieren didactisch worden ingezet. Hieronder een aantal manieren hoe Twitter didactisch ingezet kan worden in het onderwijsproces.

- **Delen interessante websites.** Bij de minor Online Marketing wordt Twitter ingezet als een middel om interessante websites te delen. Via Twitteraccount @minoronline worden deze websites verspreid. (Boer, 2012)
- **Aankondigingen verspreiden.** Met Twitter kunnen aankomende deadlines en toetsen worden aangekondigd. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Zoeken op hashtags.** Docenten kunnen tijdens lessen Twitter gebruiken door met een *hashtag* te zoeken. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Schrijf een gedicht.** Een nieuwe manier om een gedicht te schrijven is om *tweet* (kort bericht) met 140 tekens te zenden. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Live tweet.** Docenten en studenten kunnen live *tweeten* (korte berichten sturen) tijdens uitjes of presentaties. Op deze manier kan deze kennis snel worden gedeeld met anderen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Vragen stellen.** Tijdens de les kan Twitter gebruikt worden door studenten om vragen te stellen aan een docent. Door te filteren op een *hashtag* kunnen deze *tweets* op een groot scherm worden geplaatst (50 ways to use twitter, 2005).
- **Anderstalig nieuws** Voor buitenlandse talen kan een Twitteraccount worden aangemaakt waarin alleen maar *getweet* wordt in een buitenlandse taal (50 ways to use twitter, 2005).
- **Rollenspel** Geschiedenislessen kunnen leuker worden als een docent aan studenten vraagt om *tweets* te versturen met een quote of idee van een historisch figuur. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Voorbeeldvragen** Als voorbereiding van een toets kunnen er voorbeeldvragen *getweet* worden. (50 ways to use twitter, 2005)

- **Aanvullend lesmateriaal** Aanvullend lesmateriaal kan *getweet* worden naar studenten (50 ways to use twitter, 2005).
- **Woordspelen.** Er kunnen via Twitter verschillende woordspelen *getweet* worden. Zo kan er gevraagd worden om synoniemen en definities van een bepaald woord te *tweeten*. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Wiskundige vragen** Voor wiskundige vakken kan Twitter ook interessant zijn. Door een opgave te *tweeten* kunnen studenten hier een antwoord op geven. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Galerij** Voor de meer beeldende en kunstzinnige vakken kan Twitter interessant zijn door de mogelijkheid om foto's te zenden. Een docent kan een opdracht geven waarvoor een foto gemaakt moet worden. Studenten kunnen deze via Twitter delen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Feedback.** Twitter is een zeer geschikt medium voor docenten om na een les feedback te vragen aan studenten. (Doctor, 2012)
- **Het opgeven van opdrachten** Via Twitter kan een docent een opdracht aan studenten geven. Dit kunnen leuke extra opdrachten zijn of het normale huiswerk. (Doctor, 2012)

3.5 Didactische meerwaarde social media

Didactische meerwaarde

Volgens Simons [2003] in Rubens [2009] zijn vanuit het oogpunt van digitale didactiek de volgende punten met name de kracht van social media.

- **Social media kan helpen een krachtige, afwisselende leeromgeving te creëren.**
Een docent beschikt over een tal van middelen die helpen om samen met studenten een krachtige leeromgeving samen te stellen. Social media zorgt voor nog meer middelen. Docenten kunnen studenten via Glogster digitale posters laten maken en Diggo of Delicious gebruiken om belangrijke websites over een bepaald onderwerp te verzamelen en te delen. Dit zijn twee manieren waarop social media een leeromgeving kan verrijken, er zijn nog tal van andere voorbeelden waarmee social media kan helpen om een motiverende leeromgeving te creëren. Een belangrijk aspect is authenticiteit. Zo is het bestuderen van een land levensechter met Google Earth.
- **Social media kan helpen de muren van de school te doorbreken.**
Met social media als Twitter en RSS is het eenvoudig om in contact te komen met mensen en materiaal, ook buiten de opleiding. Met applicaties als Ning en Dropbox kan er eenvoudig worden samengewerkt en kunnen documenten snel gedeeld worden. Experts haal je in de klas door middel van Skype, deze hoeft dan niet meer naar de school toe te komen.

- **Social media stelt studenten in staat kennis te creëren.**

Social media is erg geschikt om informatie te verzamelen, te selecteren en te delen. Zo kun je in je sociale netwerk (v.b. Facebook) een antwoord krijgen op een probleem of deze samen met anderen vinden. Storify helpt studenten om een verhaal samen te stellen over een bepaald onderwerp en om dit te delen met anderen. Zo zijn vele verschillende manieren om met social media kennis te creëren.

- **Social media stelt studenten in staat om voor een breed publiek te publiceren.**

Studenten kunnen hun gemaakte werk eenvoudig delen met de wereld via social media. Dit kan motiverend werken, maar zorgt er ook voor dat studenten meer zorg besteden aan de producten. Voorbeelden zijn video's op Youtube, weblogs of foto's op Flickr.

- **Social media helpt om denk- en samenwerkingsprocessen transparanter te maken.**

Wanneer er gebruik wordt gemaakt van Google Docs of wiki's kunnen studenten samenwerken aan documenten. Tevens kan ook de historie bekeken worden. Hierdoor is de ontwikkeling van het document te zien. Dit stelt docenten in staat om na te gaan welke studenten een actieve bijdrage hebben geleverd en welke student een minder actieve rol had.

3.6 Risico's social media

Het inzetten van social media in het onderwijs brengt risico's met zich mee. Social media zorgt voor een verhoogde zichtbaarheid. Hierdoor is er een grotere blootstelling aan de kwetsbaarheid en de mogelijkheid van verlegenheid of falen in een openbare ruimte.

Volgens Poulter [2013] zijn er voor scholen een aantal risico's verbonden aan het inzetten van social media:

- **Vertrouwelijke informatie.** Het is de verantwoordelijkheid van de school dat medewerkers weten dat zij geen vertrouwelijke informatie online plaatsen.
- **Discriminatie.** Scholen kunnen verantwoordelijk worden gehouden voor discriminatie van hun medewerkers. Om discriminatie te voorkomen en online gedrag te reguleren kunnen scholen trainingen geven en regels opstellen.
- **Minder productiviteit.** Het tijdens de lessen toegang hebben van social media kan voor afleiding zorgen waardoor de productiviteit vermindert. Om dit tegen te gaan kunnen docenten en scholen regels opstellen over het gebruik van social media tijdens lessen.
- **Reputatieschade.** Scholen willen hun reputatie bewaken, maar dit wordt erg moeilijk gemaakt wanneer social media mensen uitnodigt om een mening te geven en klachten te melden. Het is erg lastig om bij reputatieschade te handelen. Reputatieschade dient per case behandeld te worden. Er dient gekeken te worden naar de omstandigheden, de schade en betrokken personen. Per case kan dan voor een oplossing worden gezocht.

4. Onderzoeksontwerp

De opzet van het onderzoek is in dit onderzoeksontwerp te lezen. In de onderzoeksfase is te lezen waarom dit onderzoek zich in de ontwerpfase begeeft. Vervolgens worden de doelstelling, onderzoeksmodel en vragen behandeld. Als laatste wordt de onderzoeksmethodiek beschreven. Hierin wordt duidelijk hoe het onderzoek gaat plaatsvinden en waarom daarvoor gekozen is.

4.1 Onderzoeksfase

Het onderzoek speelt zich af binnen de ontwerpfase. Het probleem is al vastgesteld: de Hanzehogeschool wil meer innoveren in het onderwijs. Go2socialmedia heeft het meer inzetten van e-learning als diagnose gesteld. Een aspect van e-learning is social media. Hoe social media in het onderwijs ingezet kan worden, wordt in deze ontwerpfase duidelijk.

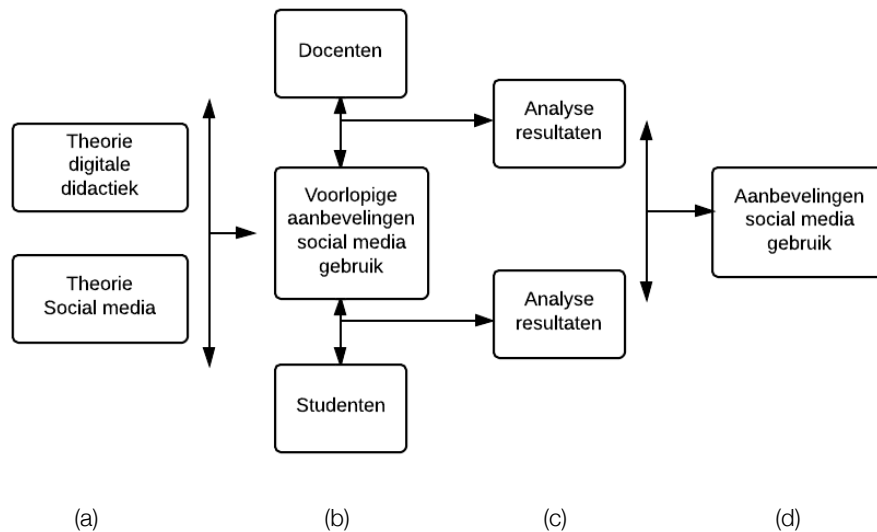
In dit onderzoek worden na aanleiding van theoretisch onderzoek naar social media en digitale didactiek aanbevelingen opgesteld voor social media gebruik in het onderwijsproces. In een enquête wordt er naar de wensen en behoeftes gevraagd van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over het gebruik van social media in het onderwijsproces. De eerder geschreven aanbevelingen kunnen vervolgens worden aangepast aan deze wensen en behoeftes.

4.2 Doelstelling

A) Het doel van het onderzoek is het doen van aanbevelingen aan staffbureau onderwijs & onderzoek over het gebruik van social media in het onderwijsproces van de Hanzehogeschool.

B)... Door aanbevelingen die gevormd zijn na het doen van theoretisch onderzoek naar social media en digitale didactiek af te stemmen aan de wensen en behoeften van docenten en studenten van de Hanzehogeschool.

4.3 Het onderzoeksmodel



Figuur 1:
Onderzoeks-
model

Om tot voorlopige aanbevelingen te komen voor social media gebruik in het onderwijsproces van de Hanzehogeschool is er theoretisch onderzoek naar social media en digitale didactiek nodig (a). Onderzoek naar trends en ontwikkelingen op het gebied van social media resulteert in social media kanalen die momenteel veel gebruikt worden. Vervolgens kan de rest van het onderzoek gericht worden op deze kanalen. Na het onderzoek doen naar digitale didactiek kunnen er voorlopige aanbevelingen worden opgesteld.

Vervolgens wordt er een enquête gedaan. Hierdoor worden de wensen en behoeften van social media gebruik in het onderwijs van studenten en docenten duidelijk. (b). Wanneer deze resultaten bekend zijn, worden de behoeften en wensen van studenten en docenten met elkaar vergeleken (c). Als laatst worden de aanbevelingen aangepast aan de wensen en behoeften van studenten en docenten. Dit resulteert in het uiteindelijke advies.

4.3.1 Onderzoeksubjecten

Docenten

Het praktijkonderzoek wordt uitgevoerd in vorm van een enquête. Voor meer informatie zie hst. 5 methodologische verantwoording. De Hanzehogeschool telt 2700 personeelsleden. Om een betrouwbaarheidspercentage van 90% te behalen dient er een response te zijn van 246. Deze enquête is gericht aan docenten van alle opleidingen van de Hanzehogeschool om een zo betrouwbaar en representatief mogelijk resultaat te behalen.

Studenten

De Hanzehogeschool heeft ongeveer 25.000 studenten. Er wordt geprobeerd zoveel mogelijk studenten van verschillende opleidingen te bereiken met de enquête. Voor een betrouwbaarheidspercentage van 90% is een response van 268 nodig.

4.4 Onderzoeksvragen

1. Welke aanbevelingen over het social media gebruik in het onderwijsproces kunnen er gedaan worden na bestudering van theorie?
 - 1.1 Wat is social media?
 - 1.2 Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van social media?
 - 1.3 Wat is digitale didactiek?
 - 1.4 Hoe kan social media didactisch ingezet worden in het onderwijsproces?
 - 1.5 Wat is de didactische meerwaarde van social media in het onderwijsproces?
 - 1.6 Wat zijn risico's van social media gebruik in het onderwijsproces?

2. Wat zijn de behoeften en wensen van docenten en studenten van de Hanzehogeschool over het inzetten van social media in het onderwijsproces van de Hanzehogeschool?
 - 2.1 Wat zijn de wensen en behoeften van studenten van de Hanzehogeschool over het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?
 - 2.2 Wat zijn de wensen en behoeften van docenten van de Hanzehogeschool over het inzetten van social media in het onderwijsproces van de Hanzehogeschool?

3. Wat leert de vergelijking over de wensen en behoeften van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over social media gebruik in het onderwijsproces?

5. Methodologische verantwoording

In dit hoofdstuk wordt verantwoording gegeven aan keuzes van methodes met betrekking tot dit onderzoek. Na het theoretisch onderzoek wordt het kwantitatief onderzoek besproken. Hier wordt ingegaan op zaken als de grootte van de steekproef en de betrouwbaarheid van de uitkomsten.

Er wordt gebruik gemaakt van theoretisch en kwantitatief onderzoek. Het kwantitatief onderzoek draagt bij aan het geven van een cijfermatig overzicht van wensen en behoeftes van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over het gebruik van social media in het onderwijsproces. Deze gegevens zijn verkregen door middel van een enquête.

Na het beantwoorden van drie centrale vragen, kan er antwoord gegeven worden op de hoofdvraag van het onderzoek. Via theoretisch onderzoek wordt er antwoord gegeven op de eerste centrale vraag. Vervolgens wordt er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek geeft antwoord op de tweede centrale vraag. Ook geeft het onderzoek input voor beantwoording van de derde centrale vraag. Hierbij worden namelijk de antwoorden van de twee verschillende onderzoeksobjecten met elkaar vergeleken. Met deze gegevens kunnen de eerder opgestelde aanbevelingen worden aangepast, wat weet antwoord geeft op de hoofdvraag van dit onderzoek:

Hoe kan social media het onderwijsproces verrijken op het gebied van didactiek en welke social media kanalen kunnen daarvoor het beste gebruikt worden?

5.1 Het onderzoek

Het doel van dit onderzoek is om aan het stafbureau onderwijs & onderzoek aanbevelingen te doen over hoe social media in het onderwijsproces van de Hanzehogeschool ingezet kan worden, zodat deze het onderwijs verrijkt.

Goede aanbevelingen zijn gebaseerd op theorie. Na bestudering van de theorie worden er voorlopige aanbevelingen opgesteld. De volgende stap is de enquête. Door deze enquête komen de wensen en behoeftes van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over het gebruik van social media in het onderwijsproces naar voren.

De laatste stap is om de wensen en behoeften van de studenten en docenten te vergelijken en om de aanbevelingen hieraan aan te passen. Dit geeft als eindproduct aanbevelingen die zijn gebaseerd op theorie en aan de wensen en behoeften van studenten en docenten van de Hanzehogeschool.

Hieronder staan de onderzoeksmethoden beschreven die zijn gebruikt in dit onderzoek.

5.2 Theoretisch onderzoek

Goede aanbevelingen zijn gebaseerd op theorie. Om tot aanbevelingen voor het social media gebruik in het onderwijsproces te komen, is theoretisch onderzoek naar social media en digitale didactiek nodig. Het onderzoek naar social media helpt om het onderzoek te focussen. Door te onderzoeken welke social media kanalen het meest gebruikt worden, kan de rest van het onderzoek hierop gericht worden.

Onderzoek naar digitale didactiek is nodig om te weten hoe social media in het onderwijs ingezet kan worden. Het is belangrijk om hier uit te zoeken wat de didactische kracht van social media is.

Er is gekozen om vooral bronnen van het internet te gebruiken omdat social media relatief nieuw is en snel verandert.

5.3 Kwantitatief onderzoek

In de tweede fase van het onderzoek worden de wensen en behoeftes onderzocht van studenten en docenten over het gebruik van social media in het onderwijsproces. Deze gegevens worden gekregen middels een enquête. Er is voor een enquête gekozen omdat hiermee in relatief korte tijd veel onderzoeksobjecten mee bereikt kunnen worden.

5.3.1 Steekproef

Om de steekproef te berekenen is gebruik gemaakt van de steekproefcalculator van www.allesovermarktonderzoek.nl

Er zijn 25.000 studenten aan de Hanzehogeschool Groningen (Introductie Hanzehogeschool, 2014). Om tot een betrouwbaarheidspercentage van 90% te komen is er een response van 268 studenten nodig. Er is gekozen voor een betrouwbaarheidspercentage van 90% omdat het erg moeilijk is om voldoende respondenten te vinden.

Input	Value
1. Hoe groot is de steekproefmarge die u wilt toelaten? (%)	5
2. Wat is de omvang van de populatie?	25000
3. Welke uitkomst verwacht u in het onderzoek? (%)	50

Confidence Level	Sample Size
Steekproefgrootte bij een betrouwbaarheidsniveau van: 90%	268
Steekproefgrootte bij een betrouwbaarheidsniveau van: 95%	378
Steekproefgrootte bij een betrouwbaarheidsniveau van: 99%	646

Afbeelding 1 Steekproefgrootte studenten

De Hanzehogeschool heeft ongeveer 2.700 personeelsleden (Introductie Hanzehogeschool, 2014). Om tot een betrouwbaarheidspercentage van 90% te komen is er een response nodig van 246 docenten.

Question	Answer
1. Hoe groot is de steekproefmarge die u wilt toelaten? (%)	5
2. Wat is de omvang van de populatie ?	2700
3. Welke uitkomst verwacht u in het onderzoek? (%)	50

Confidence Level	Required Sample Size
90%	246
95%	336
99%	532

Afbeelding 2 Steekproefgrootte docenten

5.3.2 Enquêtevragen

Om aan zoveel mogelijk resultaten te komen is ervoor gekozen meerkeuzevragen te stellen. Wel hebben respondenten bij sommige vragen de mogelijkheid om hun eigen input te leveren door de optie 'anders' te kiezen en het tekstveld in te vullen. Ook wordt respondenten aan het eind van de vragenlijst de mogelijkheid gegeven om nog aanvullingen te geven over het onderwerp.

Bij vragen over een stelling is het de schaal van antwoorden dat positief is gelijk aan het de negatieve antwoorden. Dit zorgt voor een betrouwbaarder resultaat.

5.3.3 Keuze social media kanalen

In de enquête worden vijf social media kanalen genoemd: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram en Whatsapp/Telegram. De keuze voor Facebook, Twitter en LinkedIn is gemaakt omdat dit de drie meest gebruikte social media kanalen zijn in Nederland. Er is gekozen voor Instagram, omdat dit social media kanaal het afgelopen jaar de meeste groei heeft doorgemaakt. (Newcom, 2014). Als laatste is Whatsapp/Telegram aan het lijstje toegevoegd op verzoek van de opdrachtgever. Dit zijn beide applicaties voor smartphones, waarbij berichten naar vrienden gezonden kunnen worden. Ook is het bij beide diensten mogelijk om berichten te zenden naar grotere groepen. (Whatsapp, 2014) en (Telegram, 2014). Dit laatste is de reden waarom de opdrachtgever graag Whatsapp en Telegram aan het onderzoek willen toevoegen.

5.4 Betrouwbaarheid

Bij beide onderzoeksobjecten is het gewenste respons niet behaald. Toch zijn de behaalde resultaten wel bruikbaar, omdat de betrouwbaarheid wordt getoetst aan de hand van de eerder bestudeerde theorieën. De respons op sommige vragen is niet gelijk met het aantal ingevulde enquêtes. Dit is omdat het systeem waarmee de enquêtes zijn gemaakt sommige vragen niet verplicht om te beantwoorden. Hierdoor is het voor de respondent mogelijk om sommige vragen over te slaan zonder dat deze zijn beantwoord. Dit betreft enkele vragen van de enquête, niet alle.

5.4.1 Studenten

Om aan een betrouwbaarheidspercentage van 90% te komen is een respons van 268 studenten nodig. Uiteindelijk is er een respons gekomen van 254, op 14 respondenten na is het doel behaald. Het betrouwbaarheidspercentage zit tussen de 89 en 90 procent, zoals hieronder weergegeven in afbeelding 3. De betrouwbaarheid zou hoger zijn geweest als de respons vanuit alle onderwijsinstellingen ongeveer gelijk was geweest. Nu is de respons van enkele onderwijsinstellingen hoog, terwijl er vanuit sommige onderwijsinstellingen geen respons is geweest.

Wat is een acceptabele foutenmarge?	5 %
5% is een reguliere keuze	
Welk betrouwbaarheidsniveau wil je?	89 %
Reguliere keuzes zijn 90%, 95%, or 99%	
Uit hoeveel personen bestaat de onderzoekspopulatie?	25000
Geen idee? Kies voor 20000.	
Welke mate van spreiding verwacht je in de data?	50 %
Reguliere keuze is 50%.	
Aanbevolen steekproefomvang	253

Afbeelding 3: Betrouwbaarheidspercentage studenten

De respons is erg representatief. Zo ligt het responspercentage van elke opleiding dicht bij elkaar en ligt het percentage man/vrouw dicht tegen de 50%. De enquête zou nog representatiever als er respons zou zijn van alle opleidingen.

5.4.2 Docenten

Om tot een betrouwbaarheidspercentage van 90% te komen was een respons van 246 docenten nodig. Door omstandigheden is de enquête door slechts 11 docenten ingevuld. Hierdoor is het betrouwbaarheidspercentage van dit gedeelte van de enquête op 25% gekomen, zie ook hieronder in afbeelding 4.

Om tot een betrouwbaar resultaat te komen is het advies om deze enquête nog grootschalig onder docenten te verspreiden. Het is hierbij belangrijk dat alle docenten van alle instituten van de Hanzehogeschool benaderd worden.

Wat is een acceptabele foutenmarge?	5 %
5% is een reguliere keuze	
Welk betrouwbaarheidsniveau wil je?	25 %
Reguliere keuzes zijn 90%, 95%, or 99%	
Uit hoeveel personen bestaat de onderzoekspopulatie?	2700
Geen idee? Kies voor 20000.	
Welke mate van spreiding verwacht je in de data?	50 %
Reguliere keuze is 50%.	
Aanbevolen steekproefomvang	11

Afbeelding 4: Betrouwbaarheidspercentage docenten

De uitkomst van deze enquête is niet representatief. Dit komt vooral omdat de enquête is verspreid op een community over blended learning. De meeste docenten die in deze community zitten, hebben al interesse voor social media in het onderwijs en/of zetten deze al regelmatig in.

6. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksresultaten getoond. De behoeften en wensen bij het inzetten van social media in het onderwijs van studenten worden eerst besproken, daarna wordt hetzelfde gedaan bij de wensen en behoeften van docenten.

6.1 Eerste centrale vraag

De eerste centrale vraag luidt:

Welke aanbevelingen over het social media gebruik in het onderwijsproces kunnen er gedaan worden na bestudering van theorie?

Om deze vraag te beantwoorden zijn er zes deelvragen opgesteld die samen deze vraag beantwoorden.

6.1.1 Definitie social media

De eerste deelvraag luidt:

Wat is social media?

Er is momenteel nog geen algemene en eenduidige definitie van social media. Kaplan en Haenlein vertalen social media als “een groep internetapplicaties die gebruik maken van de ideologie en de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content.” (Kaplan en Haelein, 2010)

Om deze definitie duidelijk te krijgen is een definitie voor Web 2.0 nodig. Tim O'Reilly bedacht deze term rond 2001. Met Web 2.0 verwijst hij naar een ontwikkeling op het internet tot een interactief medium waarbij gebruikers informatie kan downloaden en uploaden.

De volgende definitie kan ook aan social media gegeven worden: “social media is een verzamelnaam voor alle internet-toepassingen waarmee het mogelijk is om informatie met elkaar te delen op een gebruiksvriendelijke en vaak leuke wijze. Het betreft niet alleen informatie in de vorm van tekst (nieuws en artikelen). Ook geluid (podcasts en muziek) en beeld (fotografie en video) worden gedeeld via social media websites. Met andere woorden, social media staat voor 'media die je laten socialiseren met de omgeving waarin je je bevindt' (Wat is social media?, 2014)

Zelf gebruik ik graag de definitie van Social Embassy [2009]: “social media is een overkoepelende term voor internettoepassingen waarop men informatie kan plaatsen en delen en waarop interactie en dialoog kan ontstaan tussen de gebruikers van de social media. Organisaties kunnen social media gebruiken om op de plaatsen aanwezig te zijn waar de consument is, maar ook om daarbij de dialoog met de consument aan te gaan, bijvoorbeeld voor het ontvangen van feedback of als een uitbreiding van de customer service.”

Bij social media is de rol van de bezoeker erg belangrijk, omdat deze vaak de inhoud van de website verzorgt. Dit wordt ook wel user generated content genoemd. Op social media vindt interactie plaats. Mensen komen op een plek samen om te communiceren over onderwerpen die zij belangrijk vinden. Wat is social media?, (2014)

6.1.2 Trends en ontwikkelingen social media

De tweede deelvraag is:

Wat zijn trends en ontwikkelingen op het gebied van social media?

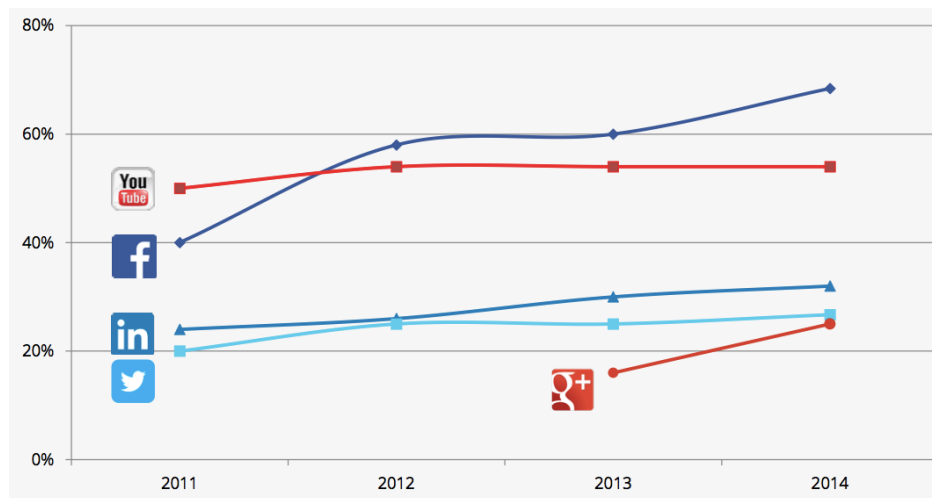
Newcom heeft in januari van 2014 voor de vierde keer het Nationaal Social Media Onderzoek gedaan. 15.179 Nederlanders van 15 jaar of ouder hebben online een vragenlijst ingevuld die over social media gebruik ging.

Hieronder cijfers van het aantal (dagelijkse) gebruikers van de populairste social media kanalen:

		2013	2014	% verandering in 2014 t.o.v. 2013
 Facebook	Gebruik	7,9 miljoen	8,9 miljoen	+13%
	Dagelijks gebruik	5,0 miljoen	6,1 miljoen	+22%
 Youtube	Gebruik	7,1 miljoen	7,1 miljoen	0%
	Dagelijks gebruik	0,9 miljoen	1,1 miljoen	+22%
 LinkedIn	Gebruik	3,9 miljoen	4,1 miljoen	+5%
	Dagelijks gebruik	0,4 miljoen	0,3 miljoen	-25%
 Twitter	Gebruik	3,3 miljoen	3,5 miljoen	+6%
	Dagelijks gebruik	1,6 miljoen	1,5 miljoen	-6%
 Google+	Gebruik	2,0 miljoen	3,3 miljoen	+65%
	Dagelijks gebruik	0,5 miljoen	1 miljoen	+100%

Tabel 2 Social media gebruikers 2013/2014

In de tabel op de vorige pagina is het aantal gebruikers van de vijf populairste social media kanalen weergegeven. In de grafiek hieronder is het aantal gebruikers van de afgelopen vier jaar terug te zien.



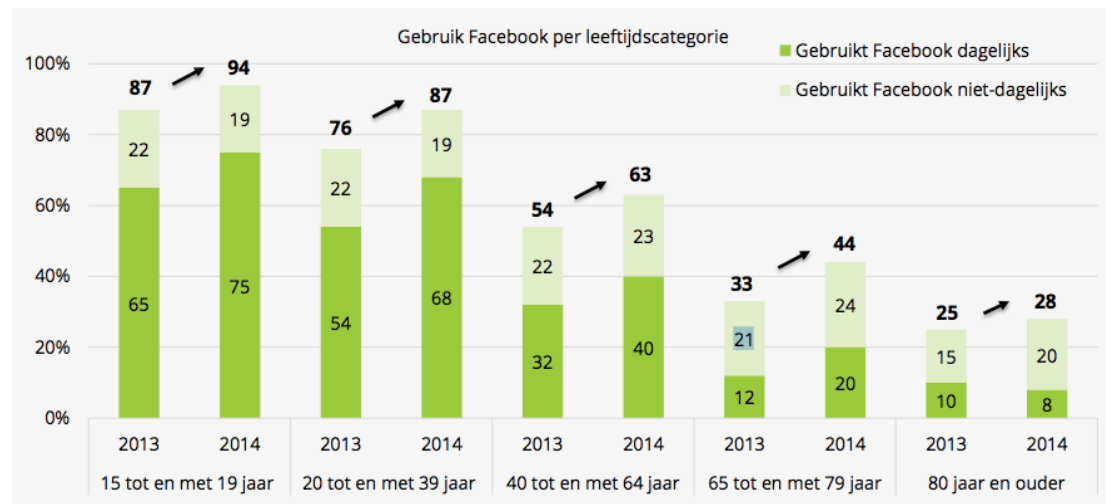
Grafiek 2 Social media gebruikers vanaf 2011

Uit deze gegevens blijkt dat Facebook de laatste jaren een flinke groei heeft doorgemaakt, en die zet nog steeds door. Daarnaast is Facebook nog steeds het meest gebruikte social media kanaal met 8,9 miljoen gebruikers in 2014. Het aantal gebruikers van Youtube is in 2014 gelijk gebleven aan 2013 met 7,1 miljoen gebruikers. En het aantal gebruikers van LinkedIn en Twitter is het afgelopen jaar licht gegroeid. Het aantal gebruikers van LinkedIn is het afgelopen jaar met 5% gegroeid en heeft nu 4,1 miljoen gebruikers. Twitter heeft nu 3,5 miljoen gebruikers, dit is een groei van 6% ten opzichte van 2013. Google+ heeft dit jaar de grootste groei gemaakt. Google+ is van 2 miljoen gebruikers in 2013 naar 3,3 miljoen gebruikers in 2014 gegaan. Dat is een groei van 65%.

De vijf populairste social media kanalen van Nederland hebben het afgelopen jaar meer gebruikers gekregen, maar ook het dagelijks gebruik ervan is gestegen. In 2014 zijn er 22% meer gebruikers die dagelijks van Facebook gebruik maken. Ook Youtube en Google+ hebben meer dagelijkse gebruikers. Bij Youtube groeide dit aantal het afgelopen jaar met 22% en bij Google+ met 100%. Alleen bij LinkedIn en Twitter is het dagelijks gebruik dit jaar gedaald. Bij Twitter was die daling 6% en bij LinkedIn is het aantal dagelijkse gebruikers dit jaar gedaald met 25%.

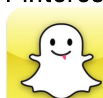
Uit deze cijfers kan geconcludeerd worden dat social media nog steeds erg populair is. De vijf populairste social media kanalen hebben het afgelopen jaar meer gebruikers gekregen en van drie social media kanalen is ook het dagelijks gebruik gegroeid. Wel maken gebruikers minder vaak dagelijks gebruik van Twitter en LinkedIn.

Hieronder een overzicht van het aantal Facebook gebruikers per leeftijdscategorie.



Figuur 2 Facebook gebruikers per leeftijdscategorie

Opvallend is dat het dagelijks gebruik van Facebook onder jongeren toeneemt en het niet-dagelijks gebruik afneemt. Facebook is nog steeds groeiende, maar dit wil niet betekenen dat Facebook over een aantal jaar nog het meest gebruikte social media kanaal is. Google+ maakt bijvoorbeeld een grote groei door en zit sinds vorig jaar in de top vijf van meest gebruikte social media kanalen, zoals te zien is in tabel 1. Ook social media kanalen die niet in de top vijf meest gebruikte social media kanalen zitten groeien, zoals te zien is in de onderstaande tabel:

		2013	2014	% verandering in 2014 t.o.v. 2013
 Instagram	Gebruik	0,7 miljoen	1,4 miljoen	+100%
	Dagelijks gebruik	120.000	536.000	+347%
 Pinterest	Gebruik	0,5 miljoen	1,1 miljoen	+120%
	Dagelijks gebruik	56.000	131.000	+134%
 Snapchat	Gebruik	-	0,7 miljoen	-
	Dagelijks gebruik	-	274.000	-
 Foursquare	Gebruik	0,2 miljoen	0,3 miljoen	+50%
	Dagelijks gebruik	52.000	78.000	-50%

Tabel 3 Gebruikers nieuwe social media

Van Snapchat zijn de cijfers van 2013 niet gemeten. De bovenstaande nieuwe social media kanalen groeien snel. Facebook is echter nog steeds het meest gebruikte social media kanaal in Nederland, en groeit nog steeds.

Uit dit onderzoek van Newcom kunnen we opmaken dat de traditionele, grote platformen als Youtube en Facebook groot blijven en er geen sprake is van versnippering. Jongeren keren Facebook dus niet de rug toe, maar gebruiken Facebook juist meer. Het gebruik van Twitter is gestegen, maar het dagelijks gebruik is gedaald. Dit terwijl het gebruik van Google+ stijgt en nieuwe sociale platformen als Pinterest, Instagram en Snapchat meer terrein veroveren.

6.1.3 Digitale didactiek

De derde deelvraag luidt:

Wat is digitale didactiek?

Didactiek is een wetenschapsdiscipline die zich bezighoudt met de vraag hoe kennis, vaardigheden en leeshoudingen of attitudes door een leerkracht kunnen worden onderwezen aan leerlingen/studenten. (Didactiek, 2014) Er wordt onderscheid gemaakt tussen algemene didactiek en vakdidactiek.

Volgens Wikipedia bestudeert men bij algemene didactiek de algemene wetmatigheden volgens welke men het best iets aanleert. Oftewel de invulling van de les.

Volgens van de Ven [1992] houdt vakdidactiek zich bezig met het 'wat', 'hoe' en 'waarom van een schoolvak', in hun onderlinge samenhang.

Digitale didactiek houdt zich bezig met de kennis en kunde met betrekking tot het gebruik van ICT bij het faciliteren van het leren. (Simons, P.R.J. 2002)

Belang digitale didactiek

Onderwijskundige specialisten besteden veel aandacht aan e-learning, maar er wordt echter weinig aandacht besteed aan de kennis en kunde met betrekking tot het gebruik van ICT bij het faciliteren van leren, ook wel digitale didactiek. Digitale didactiek is belangrijk om de volgende redenen:

1. Succesvol implementeren van e-learning gaat verder dan alleen technische kwesties;
2. Mits juist ingezet kan ICT het onderwijs en bedrijfsopleidingen verbeteren en vernieuwen (denk aan flexibilisering van het onderwijs of met behulp van nieuwe communicatiemogelijkheden een rijke leeromgeving ontwikkelen);
3. Zeker een overgangperiode, waarin e-learning nog niet is ingeburgerd vraagt om nadruk op digitaal-didactische kwesties;
4. Een andere visie op leren leidt niet vanzelf tot ander gedrag;
5. Het is belangrijk dat studenten zelfstandig digitaal kunnen leren, op een manier die is geïntegreerd in onderwijs- en opleidingsactiviteiten;

ICT kan het rendement van het leren verhogen. Een voorbeeld hiervan is dat studenten op hun eigen tijd en tempo kunnen leren. Hierdoor kan er meer rekening worden gehouden met hun voorkennis en leerbehoeften. Deze individuele aanpak vraagt om een andere didactiek. (Simons, 2002)

6.1.4 Didactisch inzetten social media in het onderwijs

De vierde deelvraag luidt:

Hoe kan social media didactisch ingezet worden in het onderwijsproces?

Volgens Simons, P.R.J. [2003] kunnen drie leeractiviteiten beter georganiseerd worden door ICT-gebruik bij het leren:

- Relaties leggen en onderhouden
- Creëren van nieuwe kennis
- Naar buiten brengen, delen van kennis

Volgens Simons volgen deze drie vormen de basis voor digitale didactiek. ICT kan in aanvulling daarop een versterking betekenen van:

- Transparant maken van gedachten en samenwerking
- Leren leren
- Competenties centraal stellen
- Het verhogen van flexibiliteit

Facebook en Twitter zijn de twee meest populaire social media kanalen en worden beide al in het onderwijsproces ingezet. Voor een klas kan een Facebookpagina aangemaakt worden. Deze pagina kan voor verschillende doeleinden gebruikt worden.

Hieronder een opsomming waarvoor een Facebookpagina voor een klas ingezet kan worden:

Facebook

- De Facebookpagina kan dienen als portaal voor content als foto's en video's.
- De docent heeft de mogelijkheid om reminders, aankondigingen en aankomende deadlines te aan de gehele klas te zenden.
- Het kan een verzamelplek zijn voor interessant blogs, wiki's, internetsites en meer.
- Een docent kan studenten aanmoedigen om zelf content te plaatsen op deze pagina na aanleiding van gegeven lessen. (the ultimate 2012)
- Een Facebookpagina kan zorgen voor input voor een les. Student Kirsten Carton in Walsh [2010] vertelt dat ze na het bestuderen van een stof op de Facebookpagina een stukje tekst moest schrijven over wat ze gelezen had met eventueel opmerkingen en vragen. De docent kon deze informatie gebruiken bij de komende les. Het voordeel hiervan is dat de stof niet dubbel behandeld wordt in de les en er direct relevante vragen beantwoord kunnen worden.

- Facebookpagina 's zijn erg geschikt voor het leren van talen. Cesarano in Cerny [2010] is leraar Spaans. Cesarano heeft een Facebookpagina aangemaakt waarin alleen in het Spaans gecommuniceerd mag worden. Hij verplicht studenten om op alle posts te reageren. Hij noemt het voordeel van Facebook dat studenten hier in hun vrije tijd al gebruik van maken. Ze hoeven niet leren omgaan met een nieuw middel.
- Voor geschiedenislessen kunnen neppe profielen van historische figuren gemaakt worden. Online applicatie Fakebook kan hiervoor gebruikt worden. Na het aanmaken van een profiel van een historisch persoon kunnen er foto's geplaatst worden van bekende gebeurtenissen. Door een Facebookpagina van een historisch persoon na te maken leert de student op een leuke wijze iets over geschiedenis. (5 fake, 2011)
- Een Facebookpagina van een klas kan een verzamelplek zijn voor samenvattingen die studenten gaandeweg moeten schrijven. (Walsh, 2010)
- Een opleiding kan via een eigen Facebookpagina nieuws verspreiden als aankomende evenementen en nieuws over de opleiding. (99 ways, 2012)
- Studenten kunnen via een Facebookpagina hulp vragen bij huiswerkopdracht. Andere studenten, maar ook docenten kunnen hierop reageren. (99 ways, 2012)
- Discussies kunnen op een Facebookpagina worden aangegaan. (McDonald, 2013)

Twitter

Ook Twitter kan op verschillende manieren didactisch worden ingezet. Hieronder een aantal manieren hoe Twitter didactisch ingezet kan worden in het onderwijsproces.

- **Delen interessante websites.** Bij de minor Online Marketing wordt Twitter ingezet als een middel om interessante websites te delen. Via Twitteraccount @minoronline worden deze websites verspreid. (Boer, 2012)
- **Aankondigen verspreiden.** Met Twitter kunnen aankomende deadlines en toetsen worden aangekondigd. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Zoeken op hashtags.** Docenten kunnen tijdens lessen Twitter gebruiken door op een hashtag te zoeken. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Schrijf een gedicht.** Een nieuwe manier om een gedicht te schrijven is om een *tweet* te zenden van maximaal 140 tekens. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Live tweet.** Docenten en studenten kunnen live *tweeten* tijdens uitjes of presentaties. Op deze manier kan kennis snel worden gedeeld met anderen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Vragen stellen.** Tijdens de les kan Twitter ingezet worden zodat studenten vragen kunnen stellen. Door te filteren op een hashtag kunnen deze *tweets* op een groot scherm worden weergegeven. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Anderstalig nieuws** Voor buitenlandse talen kan een Twitteraccount worden gemaakt waarin alleen maar *getweet* wordt in een buitenlandse taal. Hierdoor worden studenten beter in het vertalen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Rollenspel** Geschiedenislessen kunnen leuker worden als een docent studenten vraagt om *tweets* te sturen met een quote of idee van een historisch figuur. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Voorbeeldvragen** Als voorbereiding van een toets kunnen er voorbeeldvragen *getweet* worden. (50 ways to use twitter, 2005)

- **Aanvullend lesmateriaal** Aanvullend lesmateriaal kan *getweet* worden naar studenten. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Woordspelen.** Er kunnen via Twitter verschillende woordspelen gedaan worden. Zo kan er gevraagd worden om synoniemen of definities van een bepaald woord te sturen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Wiskundige vragen** Voor wiskundige vakken kan Twitter ook interessant zijn. Door een opgave te *tweeten* kunnen studenten hier antwoord op geven. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Galerij** Voor de meer beeldende en kunstzinnige vakken kan Twitter interessant zijn door de mogelijkheid om foto's te zenden. Een docent kan een opdracht geven waarvoor een foto gemaakt moet worden. Studenten kunnen deze via Twitter delen. (50 ways to use twitter, 2005)
- **Feedback.** Twitter is een zeer geschikt medium voor docenten om feedback te vragen van studenten. (Doctor, 2012)
- **Het opgeven van opdrachten** Via Twitter kan een docent opdrachten opgeven. Dit kunnen leuke extra opdrachten zijn of het normale huiswerk. (Doctor, 2012)

6.1.5 Meerwaarde digitale didactiek

De vijfde deelvraag luidt:

Wat is de didactische meerwaarde van social media in het onderwijsproces?

Met de komst van Web 2.0-fenomenen als sociale netwerken, wiki's en blogs verandert de manier van leren. Voorheen was het digitale leren vooral zender-gericht, vandaag de dag is er steeds meer behoefte aan wederzijdse kennisuitwisseling en digitale samenwerking. Ook buiten het klaslokaal is er bij studenten de behoefte ontstaan om van elkaars kennis te profiteren, waardoor deze met elkaar in gesprek gaan. Opleiders pakken dit ook op, en faciliteren dit steeds vaker. Dit heeft als voordeel voor de opleider dat deze studenten langere tijd aan zich gaan binden en daarnaast geeft het de opleider de mogelijkheid om de studenten in de gaten te houden. (Vlasveld, 2008)

Didactische meerwaarde

Volgens Simons [2003] in Rubens [2009] is vanuit het oogpunt van digitale didactiek zijn de volgende punten met name de kracht van social media.

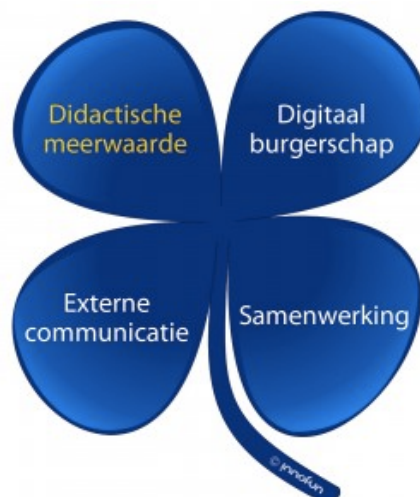
- **Social media kan helpen een krachtige, afwisselende leeromgeving te creëren.**
Een docent beschikt over een tal van middelen die helpen om samen met studenten een krachtige leeromgeving samen te stellen. Social media zorgt voor nog meer middelen. Docenten kunnen studenten via Glogster digitale posters laten maken en Diggo of Delicious gebruiken om belangrijke websites over een bepaald onderwerp te verzamelen en te delen. Dit zijn twee manieren waarop social media een leeromgeving kan verrijken, er zijn nog tal van voorbeelden waarmee social media kan helpen om een motiverende leeromgeving te creëren. Een belangrijk aspect is authenticiteit. Zo is het bestuderen van een land levensechter met Google Earth.

- **Social media kan helpen de muren van de school te doorbreken.**
Met social media als Twitter en RSS is het eenvoudig om in contact te komen met mensen en materiaal, ook buiten de opleiding. Met applicaties als Ning en Dropbox kan er eenvoudig samengewerkt worden en documenten worden gedeeld. Experts haal je in de klas door middel van Skype, deze hoeft dan niet meer naar de school toe te komen.
- **Social media stelt studenten in staat kennis te creëren.**
Social media is erg geschikt om informatie te verzamelen, selecteren en te delen. Zo kun je in je sociale netwerk (v.b. Facebook) een antwoord krijgen op een probleem of deze samen met anderen vinden. Storify helpt studenten een verhaal samen te stellen over een bepaald onderwerp en om deze te delen met anderen. Zo zijn vele verscheidene manieren om met social media kennis te creëren.
- **Social media stelt studenten in staat om voor een breed publiek te publiceren.**
Studenten kunnen hun gemaakte werk eenvoudig delen met de wereld via social media. Dit kan motiverend werken, maar zorgt er ook voor dat studenten meer zorg besteden aan de producten. Voorbeelden zijn video's op Youtube, weblogs of foto's op Flickr.
- **Social media helpt om denk- en samenwerkingsprocessen transparanter te maken.**
Wanneer er gebruik wordt gemaakt van Google Docs of wiki's kunnen studenten samenwerken aan documenten, maar kan ook de historie hiervan bekeken worden. Hierdoor is de ontwikkeling van het document te zien. Dit stelt docenten in staat om na te gaan welke studenten een actieve bijdrage hebben geleverd en welke student een minder actieve rol had.

Kesselring [2012] heeft een interessant model ontwikkeld dat hier goed bij aansluit; het Klavertje4Model. Het inzetten van social media heeft invloed op vier terreinen, vier blaadjes. Als er aan een blaadje getrokken wordt, bewegen de andere drie mee.

De vier klaverblaadjes staan voor:

- **Didactische meerwaarde** Met behulp van 6-stappen didactiek heeft social media een meerwaarde in de klas.
- **Digitaal burgerschap** Leert ons hoe we met elkaar om moeten gaan in de online wereld.
- **Samenwerken** Inzet van social media faciliteert kennisdeling.
- **Externe communicatie** Social media integreert de externe communicatie ten behoeve van de schoolprofilering.



Afbeelding 5 Klavertje4Model

6.1.6 Risico's social media

De zesde deelvraag luidt:

Wat zijn risico's van social media gebruik in het onderwijsproces?

Het inzetten van social media brengt ook risico's met zich mee. De inzet van social media brengt een verhoogde zichtbaarheid met zich mee, dit zorgt ook voor een grotere blootstelling aan de kwetsbaarheid en de mogelijkheid van verlegenheid of falen in een openbare ruimte.

Volgens Poulter [2013] zijn er voor scholen een aantal risico's verbonden aan het inzetten van social media:

- **Vertrouwelijke informatie.** Het is de verantwoordelijkheid van de school dat medewerkers weten dat zij geen vertrouwelijke informatie online plaatsen.
- **Discriminatie.** Scholen kunnen verantwoordelijk worden gehouden voor discriminatie van hun medewerkers. Om discriminatie te voorkomen en online gedrag te reguleren kunnen scholen trainingen geven en regels opstellen met betrekking tot social media gebruik.
- **Minder productiviteit.** Het tijdens de lessen toegang hebben van social media kan voor afleiding zorgen waardoor de productiviteit kan verminderen. Om dit tegen te gaan kunnen docenten en scholen regels opstellen over het gebruik van social media tijdens lessen.
- **Reputatieschade.** Scholen willen hun reputatie bewaken, maar dit wordt erg moeilijk gemaakt wanneer het social media mensen uitnodigt om een mening te geven en klachten te melden. Het is erg lastig om bij reputatieschade te handelen. Reputatieschade dient per case behandeld te worden. Er dient gekeken te worden naar de omstandigheden, de schade en betrokken personen. Per case kan dan voor een oplossing worden gezocht.

Osborn [2011] schrijft dat online pesten een risico kan zijn. Het is daarom verstandig dat er een procedure opgesteld wordt voor hoe er moet worden omgegaan met potentieel pesten en beledigend gedrag.

Tevens moet de informatie die je krijgt van social media moet gecheckt worden op accuraatheid. Niet alle informatie die verspreid wordt via social media is correct. (Doctor, 2013)

6.2 Tweede centrale vraag

De tweede centrale vraag luidt:

Wat zijn de wensen en behoeften van docenten en studenten bij het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?

Om deze centrale vraag te beantwoorden zijn er twee deelvragen opgesteld die helpen om de tweede centrale vraag te beantwoorden.

6.2.1 Mening studenten social media gebruik

De eerste deelvraag luidt:

Wat zijn de wensen en behoeften van studenten bij het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?

Om antwoord te krijgen op deze vraag is er kwantitatief onderzoek gedaan. In hoofdstuk 5 methodologische verantwoording is te lezen waarom er voor deze methode is gekozen. De uitkomsten van de enquête zijn te vinden in de bijlage I.

De onderstaande resultaten zijn afkomstig van een enquête die volledig is ingevuld door 254 studenten, hiermee is bijna het doel gehaald van 263 studenten. De eerste paragraaf zal inzicht geven over algemene gegevens van de respondenten als geslacht, leeftijd en opleiding. Vervolgens zal er verder worden ingezoomd op de onderzoeksonderwerpen namelijk: social media gebruik in vrije tijd, social media gebruik binnen de opleiding en Blackboard vs. social media.

Gegevens respondenten

Voor 58% bestaan de respondenten uit vrouwen en voor 42% uit mannen (zie figuur 18). De leeftijd van de respondenten varieert. De kleinste groep bestaat uit 17 jaar of jonger met 0,7%, 31,8% van de respondenten is 18–20 jaar, 33% is 21–23 jaar, 17,7% is 23–25 jaar oud, 11,4% is 25–27 jaar en 5,1% van de respondenten is 28 jaar of ouder (zie figuur 17). Het is begrijpelijk dat de 17 jaar of jonger leeftijdsgroep het kleinst is, aangezien dit de leeftijd is wanneer jongeren doorgaans klaar zijn met de Havo.

De meeste respondenten (94%) doet een voltijd opleiding. Slechts 6% volgt een deeltijdopleiding (zie figuur 14). De respons per opleidingsinstituut is erg verschillend. De meeste respondenten komen van het Instituut voor Communicatie, Media & IT met 20,4%, Instituut voor Sportstudies met 14,5%, Academie voor Sociale Studies met 14,1%, Instituut voor Marketing Management met 11,4%, Instituut voor Rechtenstudies met 10,6%. Van Academie voor Architectuur, Bouwkunde en Civiele Techniek, Dansacademie Lucia Marthas, Instituut voor Engineering, Instituut voor Financieel Economisch Management en het Prins Claus Conservatorium zijn er geen respondenten. Daarnaast zijn er nog instituten met slechts enkele respondenten (zie figuur 15). Het onderzoek zou betrouwbaarder en representatiever zijn als van deze onderwijsinstituten (meer) respons was.

Social media gebruik in vrije tijd

Van de respondenten maakt 100% gebruik van Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube of Whatsapp/Telegram in zijn/haar vrije tijd (zie figuur 1). Van Facebook en Whatsapp/Telegram wordt dagelijks het meest gebruik gemaakt. 86% van de respondenten gebruikt meerdere keren per dag Whatsapp/Telegram en 77% gebruikt Facebook meerdere keren per dag. LinkedIn en Twitter worden dagelijks het minst gebruikt. 21% kijkt meerdere malen per dag op Twitter en slechts 5% doet dit met LinkedIn. Instagram en LinkedIn zijn de minst gebruikte social media kanalen. 34% maakt geen gebruik van Instagram en 32% maakt geen gebruik van LinkedIn (zie figuur 2 en tabel 1).

Er is ook onderzoek gedaan naar welke apparaten studenten het meest gebruiken voor welk social media kanaal. Met Youtube en LinkedIn uitgezonderd, wordt elk social media kanaal het meest bezocht vanaf een smartphone. Maar ook het gebruik van een laptop is populair, de tablet daarentegen niet. Deze wordt doorgaans het minst gepakt om gebruik te maken van de genoemde social media kanalen (zie figuur 3 en tabel 2).

Social media gebruik opleiding

Er wordt nog weinig gebruik gemaakt van social media binnen de opleiding. 99,6% zegt binnen de opleiding geen Instagram te gebruiken, 87% maakt binnen de opleiding geen gebruik van Twitter, 86% maakt geen gebruik van LinkedIn binnen de opleiding en 71,7% zegt geen Youtube te gebruiken binnen de opleiding. Opvallend is dat Whatsapp of Telegram het meest wordt gebruikt binnen de opleiding. 63% van de studenten zegt dit te gebruiken (zie figuur 4 en tabel 3).

Binnen de opleiding zijn smartphones en laptops een veelgebruikt apparaat om social media te bereiken. Bij Twitter en Facebook worden vaker smartphones gebruikt dan laptops, die op een tweede plek staat. Er wordt nog weinig gebruik gemaakt van tablets. Studenten gebruiken deze het meest binnen de opleiding voor Twitter. 8% van de ondervraagde studenten zegt binnen de opleiding Twitter het meest te bezoeken via hun tablet (zie figuur 5 en tabel 4).

Ook is er onderzocht welk social media kanaal met welk doel gebruikt wordt binnen de opleiding. Per social media kanaal konden studenten aangeven of deze binnen de opleiding werd gebruikt voor:

- Inhoudelijke communicatie met andere studenten
- Praktische communicatie met andere studenten
- Inhoudelijke communicatie met docenten
- Praktische communicatie met docenten
- Communicatie extern
- Het maken van opdrachten

Studenten gaven aan dat Instagram in het onderwijs niet gebruikt wordt voor de bovenstaande punten. Slechts één student gaf aan LinkedIn in het onderwijs te gebruiken voor externe communicatie. Studenten gebruiken Facebook, Twitter en Whatsapp/Telegram wel vaker in het onderwijs voor de bovenstaande punten.

Studenten gaven aan Facebook 53% te gebruiken voor praktische communicatie met andere studenten en 20,9% voor inhoudelijke communicatie met andere studenten. Facebook wordt het minst vaak gebruikt voor communicatie buiten de opleiding met 5,2%.

Ook Twitter wordt door studenten vooral gebruikt voor inhoudelijke en praktische communicatie met andere studenten. Twitter wordt voor 48% gebruikt voor inhoudelijke communicatie met andere studenten en 36% voor praktische communicatie met andere studenten.

Whatsapp/Telegram wordt ook veel gebruikt voor communicatie met andere studenten. Voor 43,9% wordt dit kanaal gebruikt voor praktische communicatie met andere studenten en 32,9% voor inhoudelijke communicatie met andere studenten. Op de derde plaats wordt Whatsapp/Telegram door studenten gebruikt voor externe communicatie (bijvoorbeeld met een stagebedrijf). Dit is opvallend meer dan bij andere social media kanalen.

Slechts twee studenten gaven aan dat Youtube werd gebruikt bij het maken van opdrachten. Het was bij deze vraag ook mogelijk om de keuze "anders" aan te vinken en om vervolgens zelf aan te geven waarvoor zij Youtube gebruiken in het onderwijs. Er waren acht studenten die dit vakje hadden aangevinkt. Deze gaven allemaal aan (allemaal met andere woorden) dat Youtube in de klas gebruikt werd om filmpjes te laten zien. Studenten gaven aan dat social media nagenoeg niet gebruikt voor communicatie met docenten (zie figuur 6 en tabel 5).

Studenten geven aan nauwelijks te merken dat docenten binnen de opleiding social media inzetten. Van de studenten geeft 50,8% aan dat docenten hier geen gebruik van maken, 42,9% zegt dat dit door sommige docenten gebruikt wordt en 6,3% zegt dat dit door veel docenten gebruikt wordt (zie figuur 7).

Ook is studenten gevraagd waar ze vinden dat social media voor ingezet moet worden binnen de opleiding. Hieruit komen twee punten naar voren. Studenten vinden dat social media in het onderwijs in moet worden gezet voor praktische communicatie met andere studenten (80,7%) en voor praktische communicatie met docenten (61,8%). Daarop volgt inhoudelijke communicatie met 36% en slechts 5,5% van de studenten gaf aan dat social media binnen de opleiding gebruikt moet worden voor het maken van opdrachten (zie figuur 8).

Blackboard en MijnHanze vs. social media

Blackboard en MijnHanze wordt voornamelijk gebruik gemaakt om studenten te informeren en om hun van materiaal te voorzien. Het is mogelijk om de informatie die hier verspreid wordt (gedeeltelijk) via social media te verspreiden. Aan studenten is daarom een aantal vragen gesteld om hun voorkeur kenbaar te maken.

Blackboard biedt naast roosters en cursusinhoud ook mogelijkheden om online samen te werken, te communiceren, kennis te delen, te toetsen en een voor een virtual classroom. Aan studenten is gevraagd of hier binnen hun opleiding gebruik van wordt gemaakt. 57% van de studenten zegt dat dit niet gebruikt wordt, 37% zegt dat dit door sommige docenten gebruikt wordt en 6% zegt dat dit door veel docenten wordt gebruikt (zie figuur 9).

Ook is aan studenten gevraagd of ze hier meer gebruik van willen maken met de stelling: "Ik wil meer gebruik maken van de toepassingen die Blackboard te bieden heeft zoals blogs en fora". Het merendeel van de respondenten wil hier niet meer gebruik van maken. 27% is het helemaal niet met de stelling eens, 51% is het niet met de stemming eens, 17% is het met de stelling eens en 6% is het helemaal met de stelling eens (zie figuur 10).

De meningen van studenten zijn redelijk verdeeld over de stelling: "Ik vind Blackboard een goed medium, ik hoef social media niet in het onderwijs te gebruiken." Iets meer dan de helft (58%) geeft aan het niet met deze stelling eens te zijn (zie figuur 11).

Ook is aan studenten gevraagd hoe ze in een ideale situatie een bepaald soort informatie willen ontvangen. Ze konden kiezen uit: via social media die ik gebruik, via MijnHanze en via Blackboard. 68% van de respondenten wil social media gebruiken voor het ontvangen van praktische informatie (zoals afspraken over tijd, locatie en ziekte) (zie figuur 12) 69% wil in een ideale situatie gebruik blijven maken van Blackboard om inhoudelijke informatie te ontvangen (zoals lesinhoud en feedback) (zie figuur 13).

6.2.2 Conclusie behoeften/wensen studenten

Nu de resultaten van de enquête bekend zijn, kan er antwoord worden gegeven op de vraag:

Wat zijn de wensen en behoeften van studenten bij het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?

Veel studenten van de Hanzehogeschool maken gebruik van social media in hun vrije tijd. 100% van de respondenten zegt gebruik te maken van Facebook, Telegram, LinkedIn, Instagram, Youtube of Whatsapp/Telegram. 77% maakt meerdere malen per dag gebruik van Facebook en 86% gebruikt meerdere malen per dag Whatsapp/Telegram (zie figuur 1). Deze gegevens sluiten aan bij uitkomsten van het onderzoek van Newcom [2014]. Volgens Newcom is Facebook het social media kanaal met dagelijks de meeste Nederlandse gebruikers.

Binnen de opleiding wordt er een stuk minder gebruik gemaakt van social media. Van de studenten zegt 63% gebruik te maken van Whatsapp/Telegram, 53% van Facebook en 13% gebruikt Twitter binnen de opleiding (zie figuur 5 en tabel 4). Studenten gebruiken deze social media kanalen vooral voor communicatie met andere studenten. Facebook wordt voor 53% gebruikt voor praktische communicatie met andere studenten en 20,9% voor inhoudelijke communicatie met andere studenten. Ook Twitter en Whatsapp/Telegram worden hiervoor voornamelijk gebruikt binnen de opleiding (zie figuur 6 en tabel 5). Deze uitkomst sluit aan bij de theorie van Simons, P.R.J. [2003]. Hij stelt dat ICT kan helpen om relaties te leggen en te onderhouden.

De meeste studenten vinden dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie met andere studenten (80,7%). Ook praktische communicatie met docenten moet via social media volgens 61,8% van de studenten (zie figuur 8).

MijnHanze en Blackboard wordt door de opleiding al gebruikt om de student te voorzien van informatie. Wanneer een student moet kiezen om in een ideale situatie praktische informatie te moeten ontvangen via social media, MijnHanze of Blackboard, dan kiest de meerderheid van studenten (68%) om praktische informatie van de opleiding te ontvangen via social media kanalen die ze gebruiken (zie figuur 12). Inhoudelijke informatie wil de meerderheid integendeel graag ontvangen via Blackboard (zie figuur 13).

6.2.3 Mening docenten social media gebruik

De tweede deelvraag luidt:

Wat zijn de wensen en behoeften van studenten bij het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?

De onderstaande resultaten zijn afkomstig van een enquête die volledig is ingevuld door elf docenten van de Hanzehogeschool. De reden en gevolgen hiervan zijn te lezen in hoofdstuk 5 Methodologische verantwoording. De uitslag van deze enquête is te lezen in bijlage II.

De eerste paragraaf zal inzicht geven in de algemene gegevens van de respondenten als geslacht, leeftijd en aan welke opleidingsinstituut ze docent zijn. Vervolgens wordt dieper ingegaan op het onderwerp. Eerst zal het social media gebruik in de vrije tijd worden besproken, vervolgens het social media gebruik binnen de opleiding en als laatst worden de toepassingen van Blackboard vergeleken met social media.

Gegevens respondenten

55% van de respondenten is vrouw en 45% is man (zie figuur 34). De enquête is het meest ingevuld door docenten van 30 tot 40 jaar, namelijk 45%. 27% is 60 jaar of ouder, 18% is 50 jaar of ouder en 9% is tussen de 20 tot 30 jaar (zie figuur 33).

De grootste groep geeft les aan de Academie voor Sociale Studies, 36%. 18% geeft les aan Instituut voor Communicatie, Media& IT, 18% doet dit aan Academie voor Verpleegkunde en 9% van de respondenten geeft les aan Instituut voor Facility Management, Marketing Management en Academie voor Gezondheidsstudies (zie figuur 34).

Social media gebruik in vrije tijd

Bijna alle docenten maken in hun vrije tijd gebruik van Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram of Whatsapp/Telegram, namelijk 91,7% (zie figuur 19).

Het gebruik van Facebook en Whatsapp/Telegram is populair onder docenten. 37% gebruikt Facebook meerdere keren per dag en 86% gebruikt Whatsapp of Telegram meerdere keren per dag. Twitter en Instagram is minder populair. 55% maakt geen gebruik van Twitter en 75% maakt geen gebruik van Instagram (zie figuur 20 en tabel 6).

Deze social media worden vaak bereikt via een laptop of smartphone. 45% bereikt Facebook het vaakst met een smartphone en 60% doet dit bij Twitter. Youtube wordt het meest bereikt via een laptop met 78% (zie figuur 21 en tabel 7).

Social media gebruik binnen de opleiding

Er is ook onderzocht of en hoe social media in het onderwijs wordt ingezet. Zes respondenten zeggen social media in het onderwijs te gebruiken en vijf respondenten niet (zie figuur 22).

Ook is er gekeken welke social media kanalen de respondenten gebruiken en hoe vaak. Youtube werd het vaakst gebruikt binnen de opleiding, en op de tweede plaats een gedeelde plek voor Facebook en Twitter. Instagram en Whatsapp/Telegram wordt het minst in het onderwijs gebruikt (zie figuur 23 en tabel 8).

Docenten maken het meest gebruik van deze sociale media via een smartphone of laptop. Bij Facebook en Twitter is dit percentage 50%-50%. Wel werd door respondenten bij de optie 'anders' nog aangegeven dat ze Youtube nog op een beamer gebruiken (zie figuur 24 en tabel 9).

Maar waarvoor worden deze social media kanalen in het onderwijs ingezet? Aan de docenten is ook gevraagd waarvoor ze deze gebruiken. Docenten konden per activiteit aanvinken welk social media kanaal ze hiervoor gebruiken. De activiteiten zijn:

- Praktische communicatie met studenten
- Inhoudelijke communicatie met studenten
- Praktische communicatie met docenten
- Inhoudelijke communicatie met docenten
- Communicatie met iemand buiten de opleiding
- Maken van opdrachten

Bij elke activiteit, maken van opdrachten uitgezonderd, gaf steeds één docent aan Whatsapp of Telegram hiervoor te gebruiken. Daarnaast werd Facebook veel gebruikt. Bij praktische communicatie met studenten, inhoudelijke communicatie met studenten en communicatie met iemand buiten de opleiding gaf ook steeds één docent aan Facebook hiervoor te gebruiken.

Bij inhoudelijke communicatie met studenten en communicatie met iemand buiten de opleiding wordt het meest gebruik gemaakt van een social media kanaal. Bij elke activiteit gaven drie docenten aan hiervoor één van de benoemde social media kanalen te gebruiken (zie figuur 25 en tabel 10).

Aan de docenten die aangaven geen social media in het onderwijs te gebruiken werd gevraagd waarom ze dit niet deden. Ze konden hier meerdere antwoorden aanvinken. 60% heeft hieraan geen behoefte, ook gaf 60% aan hier geen tijd voor te hebben binnen de aanstelling, 40% zegt dat ze hier geen extra tijd voor krijgen en 20% zegt liever persoonlijk contact te hebben (zie figuur 26).

Om na te gaan hoe serieus docenten met social media bezig zijn in het onderwijs is hun gevraagd om zichzelf te omschrijven in het gebruik van social media. 73,8% geeft aan dat ze het best willen gebruiken, maar dat tijd en kennis ontbreekt, 9,8% zegt het pas te gaan gebruiken als het verplicht wordt, 8,2% noemt zich een voorloper en 8,2% zegt met social media te experimenteren en het af en toe te gebruiken in het onderwijs (zie figuur 27).

Ook is aan docenten gevraagd waarvoor zij vinden dat social media in het onderwijs moet worden ingezet. Alle docenten gaven aan dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie met studenten en 81,8% om aan te sluiten met manier van communiceren van studenten. Ook in de theorie komt terug dat het gebruik van social media beter aansluit aan de behoeftes van studenten. Littlejohn & Pegler [2007] stelt dat studenten meer technologie in het onderwijs willen en verwachten. 45,5% vindt dat social media in het onderwijs ingezet moet worden om een vakinhoudelijke netwerk op te bouwen. Ook Simons, P.R.J. [2003] is van mening dat social media hiervoor ingezet kan worden. Volgens hem is een kracht van social media dat het 'de muren van de school kan doorbreken'. Het vergemakkelijkt het communiceren met mensen buiten de school.

Het minst populair zijn de antwoorden 'omdat de huidige middelen ontoereikend zijn (Blackboard en MijnHanze) met 18,2% en 'voor inhoudelijke communicatie met studenten' met 9% (zie figuur 28).

Blackboard en MijnHanze vs. Social Media

Blackboard heeft toepassingen die overgenomen zouden kunnen worden door social media. Docenten is gevraagd wat zij van deze toepassingen op Blackboard vinden. Over het algemeen zijn de respondenten best tevreden met de toepassingen, het percentage is minimaal 50%. Niemand heeft aangegeven dat ze helemaal niet mee tevreden zijn met een bepaalde toepassing van Blackboard (zie figuur 29).

Vervolgens is een stelling aan de respondenten voorgelegd: "Ik vind Blackboard en MijnHanze goede media om praktisch en inhoudelijk mee te communiceren, ik hoef social media niet in het onderwijs te gebruiken." Meer als de helft (55%) was het hier niet mee eens, 9% helemaal niet mee eens en 36% is het met deze stelling eens (zie figuur 30).

Aan docenten is de volgende vraag voorgelegd: "Stel dat de Hanzehogeschool in de toekomst social media wil inzetten in het onderwijs. Welke ondersteuning van de Hanzehogeschool heeft u dan nodig?" 100% van de respondenten gaf aan dat ze meer ondersteuning willen in het opdoen van didactisch gebruik van social media, 40% wil ondersteuning door richtlijnen en 10% wil ondersteuning in het opdoen van kennis over praktisch gebruik (zie figuur 31).

Maar gaan docenten social media inzetten als ze deze middelen tot hun beschikking krijgen? 45% zegt deze misschien in te gaan zetten, 36% zegt het meer in te gaan zetten als ze nu doen en 18% zegt het zeker te gaan inzetten (zie figuur 32).

Als laatst is de respondenten de volgende stelling voorgelegd: "Ik vind Blackboard een goed medium, ik hoef social media niet in het onderwijs te gebruiken". De meningen zijn nogal verdeeld. 55% is het niet met deze stelling eens, 9% helemaal niet en 36% is het wel met deze stelling eens (zie figuur 30).

6.2.4 Conclusie behoeften/wensen docenten

Nu de resultaten van de enquête bekend zijn, kan er antwoord worden gegeven op de vraag:

Wat zijn de wensen en behoeften van docenten bij het inzetten van social media in het onderwijs van de Hanzehogeschool?

Veel docenten (91,7%) maken in hun vrije tijd gebruik van Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram of Whatsapp/Telegram (zie figuur 19). Vooral Whatsapp/Telegram is populair. 86% van de ondervraagde docenten gebruikt dit dagelijks meerdere malen. Facebook is iets minder populair. 37% van de docenten zit meerdere malen per dag op Facebook (zie figuur 20). Dat docenten dagelijks minder gebruik maken van Facebook, is ook te zien in de resultaten van het onderzoek van Newcom [2014]. Docenten zijn over het algemeen ouder als studenten en uit het onderzoek van Newcom blijkt dat Facebook dagelijks steeds minder gebruikt wordt, naar mate de leeftijd van de gebruiker stijgt.

Zes van de elf docenten die de vragenlijst hebben ingevuld, zeggen social media binnen de opleiding te gebruiken (zie figuur 22). Docenten gebruiken social media vooral voor inhoudelijke communicatie met studenten en communicatie met iemand buiten de opleiding. Drie docenten gaven aan hier social media voor in te zetten (zie figuur 25).

Aan de vijf docenten die aangaven geen social media in het onderwijs in te zetten werd gevraagd waarom deze social media niet binnen de opleiding gebruiken. De meerderheid (60%) geeft aan hier geen behoefte aan te hebben, maar ook gaf 60% aan hier geen tijd voor te hebben binnen hun aanstelling. Een minderheid van de docenten (20%) gaf aan liever persoonlijk contact te hebben (zie figuur 26).

Docenten vinden dat social media vooral binnen de opleiding ingezet moet worden voor praktische communicatie met studenten (100%). Maar ook vond 81,8% van de docenten dat social media in het onderwijs ingezet moet worden om aan te sluiten met manier van communiceren van studenten. Iets minder dan de helft (45,5%) vindt dat social media ingezet moet worden om een vakinhoudelijke netwerk op te bouwen. Slechts 9% van de docenten vindt dat social media binnen de opleiding moet worden ingezet voor inhoudelijke communicatie met studenten (zie figuur 29).

6.3 Derde centrale vraag

Nu de wensen en behoeften van studenten en docenten bekend zijn. Kunnen deze naast elkaar gelegd en vergeleken worden. Er kan nu antwoord gegeven worden op de derde centrale vraag:

Wat leert de vergelijking over de wensen/behoeften van studenten en docenten van de Hanzehogeschool over social media gebruik in het onderwijsproces?

6.3.1 Conclusie behoeften/wensen studenten en docenten

Van de zes onderzochte social media kanalen, geven studenten aan dat ze Whatsapp/Telegram het meest gebruiken binnen de opleiding (63%) (zie figuur 4). Docenten zeggen juist Youtube het meest te gebruiken. Alle docenten gaven aan dit te gebruiken in het onderwijs. Na Youtube gebruiken docenten Facebook (33%) en Twitter (33%) het meest binnen de opleiding (zie figuur 23). Bij studenten staan Facebook (53%) en Youtube (28,3%) op de tweede en derde plaats (zie figuur 4).

Facebook, Whatsapp/Telegram, Twitter en Youtube worden dus het meest gebruikt door studenten en docenten in het onderwijs. Docenten en studenten gebruiken deze social media kanalen voor verschillende activiteiten. Alleen Youtube wordt door studenten en docenten beide voor het maken van opdrachten gebruikt. Studenten gebruiken Facebook voor meer doeleinden dan docenten. Van de onderzochte activiteiten die hieronder zijn opgesomd, gebruiken studenten Facebook voor alle activiteiten, praktische communicatie met docenten uitgezonderd.

1. Inhoudelijke communicatie met andere studenten
2. Praktische communicatie met andere studenten
3. Inhoudelijke communicatie met docenten
4. Praktische communicatie met docenten
5. Communicatie extern
6. Het maken van opdrachten

Studenten gebruiken Facebook binnen de opleiding vooral (43,9%) voor praktische communicatie met andere studenten. Docenten daarentegen gebruiken Facebook evenveel voor praktische communicatie met studenten, inhoudelijke communicatie met studenten en externe communicatie.

Studenten gebruiken Twitter voor alle zes activiteiten die eerder zijn genoemd. Inhoudelijke communicatie met andere studenten (48%) is de populairste activiteit met daaropvolgend praktische communicatie met andere studenten (36%). Ook docenten gebruiken Twitter voor inhoudelijke communicatie met studenten (50%). Voor de overige 50% gebruiken docenten Twitter voor externe communicatie.

Studenten gebruiken Whatsapp/Telegram vooral voor praktische communicatie met andere studenten (43,9%) en daarop volgend voor inhoudelijke communicatie met andere studenten (32,9%). Bij docenten is geen activiteit aan te wijzen waarvoor Twitter het meest gebruikt wordt. De ondervraagde docenten gebruiken Twitter niet voor het maken van opdrachten, maar gebruiken Twitter evenveel voor de overige activiteiten (zie figuur 6, 25, 36 en tabel 5, 10).

Aan studenten en docenten is beide gevraagd waarvoor zij vinden dat social media in het onderwijs ingezet moet worden. Studenten vinden vooral dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie met andere studenten (80,7%). Ook vinden de ondervraagde studenten dat social media voor praktische communicatie met docenten gebruikt moet worden (61,8%). Docenten delen deze mening. Alle ondervraagde docenten vinden dat social media voor praktische communicatie moet worden ingezet. Daarnaast vindt 81% van de docenten dat social media ingezet moet worden om aan te sluiten bij de manier van communiceren van studenten (zie figuur 8 en 29).

7. Conclusie

Nu de theorie bestudeerd is en de onderzoeksresultaten bekend en geanalyseerd zijn, kan er antwoord worden gegeven op de onderzoeksvraag. De onderzoeksvraag luidt als volgt:

Hoe kan social media het onderwijsproces verrijken op het gebied van didactiek en welke social media kanalen kunnen daarvoor het beste gebruikt worden?

Volgens Littlejohn & Pegler [2007] wordt de kwaliteit van het onderwijs verbeterd met de inzet van nieuwe media, omdat dit beter aansluit aan de levensstijl van de student. Ook geven ze aan dat studenten meer technologie in het onderwijs willen en verwachten.

Daarnaast bevordert social media competenties die in de huidige samenleving van belang zijn. Dit zijn de zogenoemde 21st Century Skills (Education Connection, 2014). Het denken in patronen, creativiteit, informatievaardigheden en samenwerken zijn hiervan enkele voorbeelden.

Ook Duffy en Bruns [2006] beschrijven de kansen om social media in het onderwijs in te zetten. Ze stellen dat in de huidige 'sociale' en 'mobiele' samenleving de wijze waarop onderwijsmateriaal wordt aangeleverd, gelijk moet zijn met wat de student na zijn studie tegenkomt. Scholen hebben een obligatie om studenten hiervoor zo goed mogelijk voor te bereiden.

Wanneer social media in het onderwijsproces wordt ingezet is het raadzaam om een veel gebruikt social media kanaal als Facebook of Twitter in te zetten.

Ten eerste omdat deze social media kanalen de meeste gebruikers heeft in Nederland (Newcom, 2014) waardoor studenten vaak al weten hoe ze deze social media kanalen kunnen gebruiken.

En ten tweede omdat er al veel voorbeelden zijn over hoe Facebook en Twitter in het onderwijs gebruikt kan worden.

Zo wordt Facebook gebruikt om content te delen aan een groep. Dit maakt het medium erg geschikt voor opleidingen om nieuwtjes over de opleiding te verspreiden (99 ways, 2012). Facebook en Twitter zijn ook zeer geschikt om aanvullend lesmateriaal te delen met studenten (50 ways to use twitter, 2005).

Ook kunnen Facebook en Twitter ingezet worden als een afwisselende lesmethode. Zo zijn ze erg geschikt bij het leren van talen. Leraar Spaans Cesarano heeft een Facebookpagina waar zijn studenten alleen in het Spaans iets mogen plaatsen en reageren. Twitter kan op dezelfde manier worden gebruikt. Een docent kan een Twitteraccount aanmaken waaruit deze alleen berichten stuurt vanuit een andere taal. (50 ways to use twitter, 2005).

Als laatst worden Facebook en Twitter ook al ingezet om studenten samen te laten komen. Volgens McDonald [2013] kan een Facebookpagina een goede plek zijn voor studenten om met elkaar te discussiëren en kan Facebook volgens Walsh [2010] een goede verzamelplek zijn voor samenvattingen die studenten schrijven.

Facebook en Twitter zijn momenteel nog de populairste social media kanalen, maar het aantal gebruikers van nieuwe social media kanalen als Instagram en Snapchat is sterk stijgende (Newcom, 2014). Het advies is om deze trends goed bij te houden. Het kan zijn dat studenten over een aantal jaar weer andere social media kanalen gebruiken.

Docenten en studenten maken vaak al gebruik van social media in hun vrije tijd. Van de studenten die de enquête in hebben ingevuld, zegt 100% gebruik te maken van Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Instagram of Whatsapp/Telegram. Dagelijks maken studenten het meeste gebruik van Facebook. Van de studenten die de enquête hebben ingevuld, gebruiken 77% van de studenten meerdere keren per dag Facebook. Onder de docenten is dat 37%. Docenten zijn over het algemeen ouder dan studenten. In het onderzoek van Newcom [2014] is ook terug te zien dat Facebook dagelijks meer gebruikt wordt naar mate de leeftijd van de gebruiker jonger is.

Studenten geven in de enquête vooral aan (43,9%) dat ze vinden dat social media in het onderwijs vooral ingezet moet worden voor praktische communicatie met andere studenten. Daarop volgend vinden ze dat social media ingezet moet worden voor inhoudelijke communicatie met andere studenten (32,9%).

Docenten vinden vooral dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie met studenten (80,7%). Daarnaast vinden docenten ook dat social media gebruikt moet worden om aan te sluiten bij de manier van communiceren van studenten (81%). Dit sluit aan bij de theorie van Littlejohn & Pegler [2007]. Zij zijn van mening dat de kwaliteit van het onderwijs beter wordt wanneer nieuwe media wordt ingezet, omdat dit aansluit aan de levensstijl van de student.

Risico's

Het inzetten van social media brengt ook risico's met zich mee. Het is raadzaam dat de Hanzehogeschool en docenten op de hoogte zijn van deze risico's en zo nodig voorzorgsmaatregelen nemen. Poulter [2013] stelt dat het inzetten van social media in het onderwijs een aantal risico's voor scholen geeft.

Ten eerste vertrouwelijke informatie. Scholen moeten docenten erop wijzen dat zij geen vertrouwelijke informatie online plaatsen.

Ten tweede stelt Poulter [2013] dat discriminatie een risico is. Scholen kunnen verantwoordelijk zijn voor het online gedrag van medewerkers. Het advies is daarom om trainingen te geven en regels op te stellen over online gedrag.

Als derde risico noemt Poulter de kans op minder productiviteit. Dit geldt vooral wanneer social media tijdens lessen gebruikt wordt. Het advies is aan scholen en/of docenten om regels op te stellen over het social media gebruik tijdens lessen.

Reputatieschade noemt Poulter als laatste risico. Social media nodigt mensen uit om een mening te geven en om klachten te melden. Omdat reputatieschade lastig is om mee om te gaan. Is het verstandig om per case naar een oplossing te zoeken. Er dient dan gekeken te worden naar de omstandigheden, de schade en de betrokken personen.

Volgens Osborn [2011] kan online pesten een risico zijn. Hij geeft scholen het advies om een procedure op te stellen voor hoe er om moet worden gegaan met potentieel pesten.

8. Advies

Uit de resultaten en conclusies komen een aantal bevindingen naar voren. De volgende adviezen zijn hieruit ontstaan:

Aanbeveling 1: Zet social media didactisch in binnen het onderwijs.

Dit advies komt voort uit beweringen van Littlejohn & Pegler [2007], Education Connection [2014] en Duffy en Bruns [2006] uit hoofdstuk 1 Het Projectkader. Zij geven aan dat studenten social media verwachten in het onderwijs en dat het gebruik van social media in het onderwijs studenten voorbereid op wat ze na hun studie tegenkomen. Daarnaast komt uit de enquête (zie hoofdstuk 6, paragraaf 6.2.1 Mening studenten gebruik social media gebruik) dat studenten social media in het onderwijs willen gebruiken. Zo geeft 80% aan dat ze social media in het onderwijs willen gebruiken voor praktische communicatie met docenten .

Aanbeveling 2: Maak gebruik van social media kanalen die veel gebruikt worden door studenten en docenten. (Momenteel zijn Twitter en Facebook een goede keuze omdat deze erg populair zijn en omdat er veel voorbeelden zijn over hoe deze media in het onderwijs wordt ingezet).

Dit advies komt voort uit het onderzoek dat Newcom heeft gedaan in 2014. Uit dit onderzoek zijn de vijf social media kanalen met de meeste gebruikers in Nederland naar voren gekomen. Uitkomsten van dit onderzoek zijn in hoofdstuk 6, paragraaf 6.1.2 Trends/ontwikkelingen social media terug te lezen. Voorbeelden van hoe Twitter en Facebook al worden gebruikt in het onderwijs zijn terug te lezen in hoofdstuk 6, paragraaf 6.1.4 Didactisch inzetten social media in het onderwijsproces.

Aanbeveling 3: Maak een Facebookpagina aan waar informatie over een opleiding verspreid kan worden aan studenten (Dit kan ook op kleinere schaal gedaan worden, bijvoorbeeld voor een klas of vak).

Uit theorie blijkt dat Facebook erg geschikt is om nieuwtjes over de opleiding te verspreiden. Door een Facebookpagina aan te maken kan er snel content verspreid worden aan een groep. (99 ways, 2012). Ook in de theorie komt terug dat dat Facebook en Twitter goede kanalen zijn om content met studenten te delen. (50 ways to use twitter, 2005)

Aanbeveling 4: Zet social media in voor praktische communicatie tussen docent en student.

Dit advies komt voort uit de enquête. 80% van de studenten gaf hierin aan dat social media ingezet moet worden voor praktische communicatie tussen docent en student. Zie ook hoofdstuk 6, paragraaf 6.2.1 Mening studenten social media gebruik.

Alle docenten delen deze mening. Dit is terug te lezen in hoofdstuk 6, paragraaf 6.2.3 Mening docenten social media gebruik. Ook Kesselring [2012] deelt deze mening. Hij stelt dat social media gefaciliteerd kan worden voor samenwerking en communicatie. Meer over de theorie van Kesselring is te vinden in hoofdstuk 6, paragraaf 6.1.5 Meerwaarde digitale didactiek.

Aanbeveling 5: Gebruik social media voor wederzijdse kennisuitwisseling en samenwerking, niet om alleen mee te zenden.

Deze aanbeveling komt voort uit theorie van Vlasveld [2008]. Hij stelt dat digitaal leren voorheen vooral zender-gericht was. Studenten hebben tegenwoordig meer behoefte aan samenwerking. Zij willen zelf ook input leveren. Dit blijkt ook uit de enquête. Hieruit blijkt dat veel studenten social media al gebruiken om met elkaar te communiceren over inhoudelijke en praktische zaken.

Aanbeveling 6: Faciliteer een plek voor studenten (zoals een Facebookpagina) of attendeer studenten erop dat ze door middel van social media informatie kunnen uitwisselen met elkaar.

Dit advies komt voort uit het feit dat studenten vinden dat social media ingezet moet worden voor praktische en inhoudelijke communicatie met andere studenten. Bekijk hiervoor de resultaten van de enquête in hoofdstuk 6, paragraaf 6.2.1. Ook sluiten deze resultaten wederom aan bij de theorie van Kesselring [2012]. Bekijk hoofdstuk 6, paragraaf 6.1.5 Meerwaarde digitale didactiek voor meer informatie.

Aanbeveling 7: Blijf op de hoogte van de mening van de student. Houd over ongeveer twee jaar weer een enquête waarin de wensen en behoeften over social media gebruik binnen het onderwijs naar voren komen.

Dit advies wordt gegeven om social media zo goed mogelijk aan de wensen van studenten in te zetten in het onderwijs.

Aanbeveling 8: Stel richtlijnen en protocollen op voor social media gebruik binnen de opleiding. Onderwerpen die hierin terug kunnen komen zijn: social media gebruik in de klas, discriminatie, privacy en reputatieschade. Zorg ook dat docenten en studenten op de hoogte zijn van de risico's die social media met zich meebrengt.

Dit advies komt voort uit de risico's die terug zijn te vinden in hoofdstuk 6, paragraaf 6.1.6 Risico's social media. Poulter [2013] geeft enkele risico's van social media aan en raad scholen aan om richtlijnen en protocollen op te stellen, zodat deze risico's verkleind worden.

Literatuurlijst

- 5 fake Facebook templates and pages for student projects (2011) Website Web 2.0 edu. Geraadpleegd op 8 april 2014 via <http://web20edu.com/2011/04/16/fake-facebook-templates-and-pages-for-student-projects>
- 50 ways to use twitter in the classroom. (2005). Geraadpleegd op 14 april 2014, van University Reviews Online: <http://www.universityreviewsonline.com/2005/10/50-ways-to-use-twitter-in-the-classroom.html>
- 99 Ways you should be using facebook in your classroom updated] (2012) Geraadpleegd op 8 april van Onlinecollege.org via <http://www.onlinecollege.org/2012/05/21/100-ways-you-should-be-using-facebook-in-your-classroom-updated>
- Boer, P. van den (2012) *Social media in het onderwijs* Geraadpleegd op 3 april 2014 van <http://www.pietvandenboer.nl/social-media-in-het-onderwijs>
- CBS. (2012) CBS. Geraadpleegd op 27 mei 2014 van *Vier op de tien bedrijven gebruiken social media*. Via <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-3733-wm.htm>
- Cerny, B (2010) *USF teacher uses Facebook in class*. Geraadpleegd op 3 april 2014 van The Oracle: http://www.usforacle.com/news/view.php/691411/USF-teacher-uses-Facebook-in-class#.Uz1URK1_tvU
- Didactiek (2014) In *Wikipedia* Geraadpleegd op 14 september 2014 via <http://nl.wikipedia.org/wiki/Didactiek>
- Doctor, V. (2012) *30 Ways to Use Twitter for Education*. Geraadpleegd op 14 april 2014 van website Hashtags via <https://www.hashtags.org/platforms/twitter/30-ways-to-use-twitter-for-education>
- Doctor, V. (2013) *Is Social Media Good for Education?* Geraadpleegd op 14 april 2014 van website Hashtags via <https://www.hashtags.org/platforms/twitter/is-social-media-good-for-education/>
- Duffy, Peter and Bruns, Axel (2006) The Use of Blogs, Wikis and RSS in Education: A Conversation of Possibilities. In *Proceedings Online Learning and Teaching Conference 2006*, p. 31-38, Brisbane.
- Education Connection (2014) 21st Century Skills Geraadpleegd op 18 augustus 2014 van Education Connection via <http://educationconnection.org/school-services/21st-century-skills-digital-learning/>
- E-learning (2014) Wat is e-learning? Van E-learning.nl Geraadpleegd op 24 mei 2014 via <http://www.e-learning.nl/Elearning.aspx>
- Hanzehogeschool (2014) Introductie Hanzehogeschool Groningen Geraadpleegd op 11 maart 2014 via <https://www.hanze.nl/NL/over-de-hanzehogeschool/over/Paginas/Introductie.aspx>
- Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010) *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, Business Horizons, 53(1), p. 59-68, p. 61

- Karbach, M. (2012) *The ultimate guide to the use of Facebook in education*. Geraadpleegd op 3 april 2014 van <http://www.educatorstechnology.com/2012/06/ultimate-guide-to-use-of-facebook-in.html>
- Kesseling, M. (2012) *Social media voor scholen in de 21e eeuw: het klavertje4model*. Geraadpleegd op 7 april 2014 van Frankwatching.com via <http://www.frankwatching.com/archive/2012/04/27/social-media-voor-scholen-in-de-21e-eeuw-het-klavertje4model>
- Littlejohn, A. & Pegler, C. (2007). *Preparing for blended e-learning*. New York: Routledge p. 7 21st century skills (2014) van website Education Connection Geraadpleegd op 18 augustus 2014 via <http://educationconnection.org/school-services/21st-century-skills-digital-learning/>
- McDonald, A. (2013) *Facebook in the Classroom: Integration of Online and Classroom Debates into Classes*. Geraadpleegd op 8 april 2014 van website AKO via <http://ako.aotearoa.ac.nz/ako-hub/good-practice-publication-grants-e-book/resources/pages/facebook-classroom-integration-online>
- Newcom (2014) *Nationale Social Media Onderzoek 2014* (p.2-16) van website Newcom via <http://www.newcom.nl/social-media-onderzoek2014>
- Osborn, N. (2011) *Using social media in education, Part 1: Opportunity, risk and policy*. Geraadpleegd op 7 april 2014 van ibm.com via <http://www.ibm.com/developerworks/web/library/wa-ind-educ-social-media1/index.html>
- Poulter, K. (2013) *Social media in schools – Managing the risk and reward* Geraadpleegd op 24 mei 2014 via <http://www.bdb-law.co.uk/news-and-views/publications/articles/2013/october/social-media-in-schools-managing-the-risk-and-reward/>
- Simons, P.R.J. (2002) *Digitale didactiek: hoe (kunnen) academici leren ICT te gebruiken in hun onderwijs*. Universiteit Utrecht: Inaugurale rede, 10 oktober 2002 via http://consilr.info.uaic.ro/uploads_l4el/resources/pdf/dutAcademici%20en%20digitale%20didactiek.pdf
- Simons, P.R.J. (2003) *Eindelijk aandacht voor didactiek van e-learning*. In: Rubens, W., Trepkema. E-learning: meerwaarde of meer van hetzelfde? HRD Thema. Kluwer p. 18-26
- Social Embassy (2009) *Social Media Monitor* p. 4 via <http://www.rankingthebrands.com/PDF/Social%20Media%20Monitor%202009%20%20Social%20Embassy.pdf>
- Wat is social media? (2014) *Social-Media* van kennisplatform social media. Geraadpleegd op 2 september 2014 via <http://www.social-media.nl/>
- Telegram (2014) *General questions* Geraadpleegd op 31 mei 2014 van website Telegram via <https://telegram.org/faq#q-what-is-telegram-what-do-i-do-here>
- Van de Ven, (1992) *Vakdidactiek en lerarenopleiding Nederlands*. VELON Tijdschrift voor Lerarenopleiders jrg 23(2) 2002, p. 1 via http://www.velon.nl/uploads/kennisbank/document_85.pdf
- Verschuren, p., Doorewaard, H. (2007) *Het ontwerpen van een onderzoek*. Boom/Lemma uitgevers
- Vlasveld, F. (2008). *Zes trends in e-learning*. Geraadpleegd op 16 april 2014 van <http://www.frankwatching.com/archive/2008/12/29/zes-trends-in-e-learning/>

Walsh , K. (2010) *Facebook as an Instrumental Technology Tool*. Geraadpleegd op 3 april 2014 van <http://www.emergingedtech.com/2010/08/facebook-as-an-instructional-technology-tool>

Whatsapp (2014) Hoe het werkt Geraadpleegd op 31 mei 2014 van website Whatsapp via <http://www.whatsapp.com/?l=nl>

Bijlagen

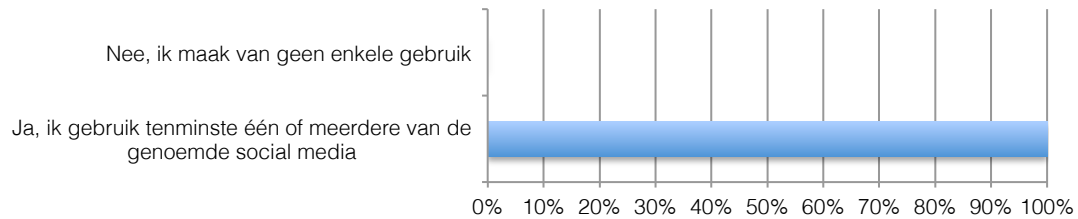
Bijlage I: Enquêteresultaten studenten	1
Bijlage II: Enquêteresultaten docenten	10
Bijlage III: Vergelijking docenten en studenten	19

Bijlage I: Enquêteresultaten studenten

De uitslag van de enquête die is gedaan onder studenten van de Hanzehogeschool wordt in dit hoofdstuk weergegeven in tabellen en grafieken.

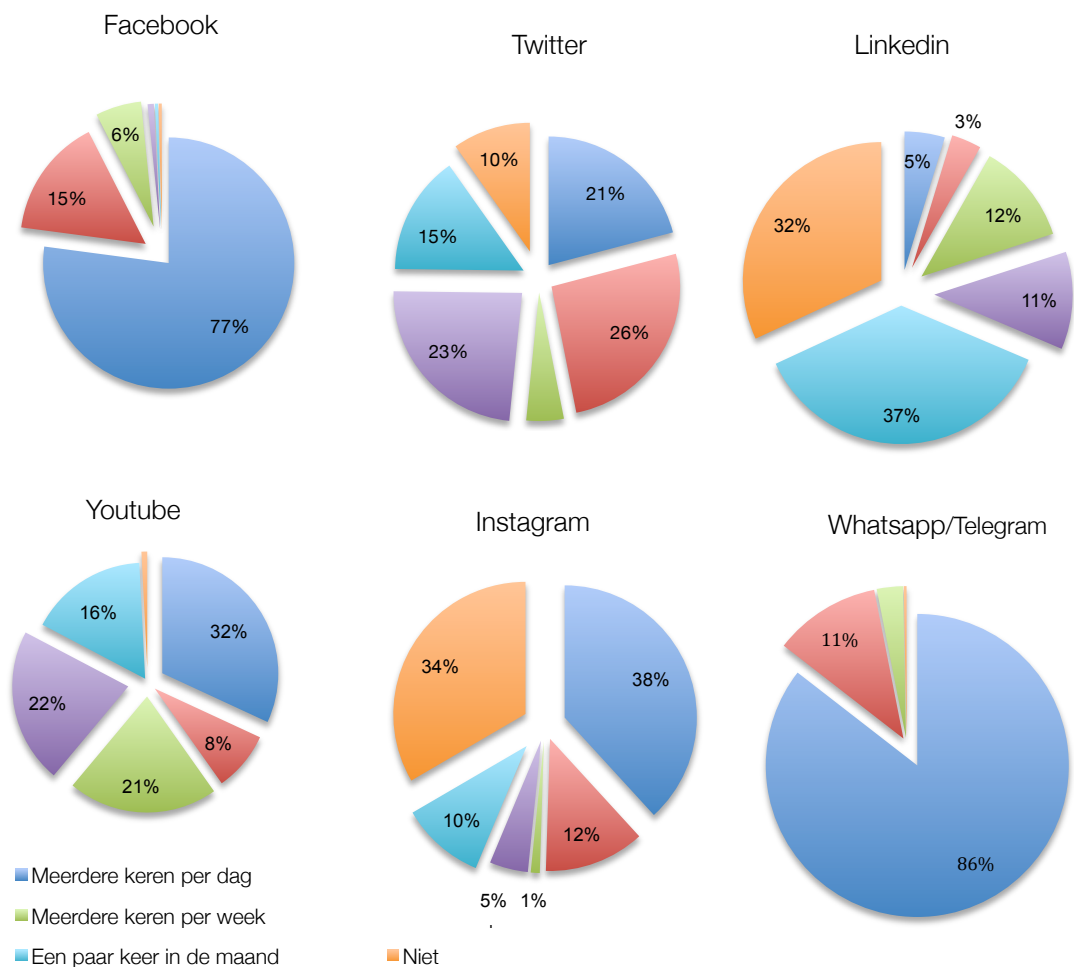
Vraag 1. In mijn vrije tijd maak ik tenminste gebruik van één van de onderstaande social media kanalen:

Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram en Whatsapp/Telegram



Figuur 1: Social media gebruik vrije tijd

2. Hoe vaak maak je in je vrije tijd gebruik van elk social media kanaal?



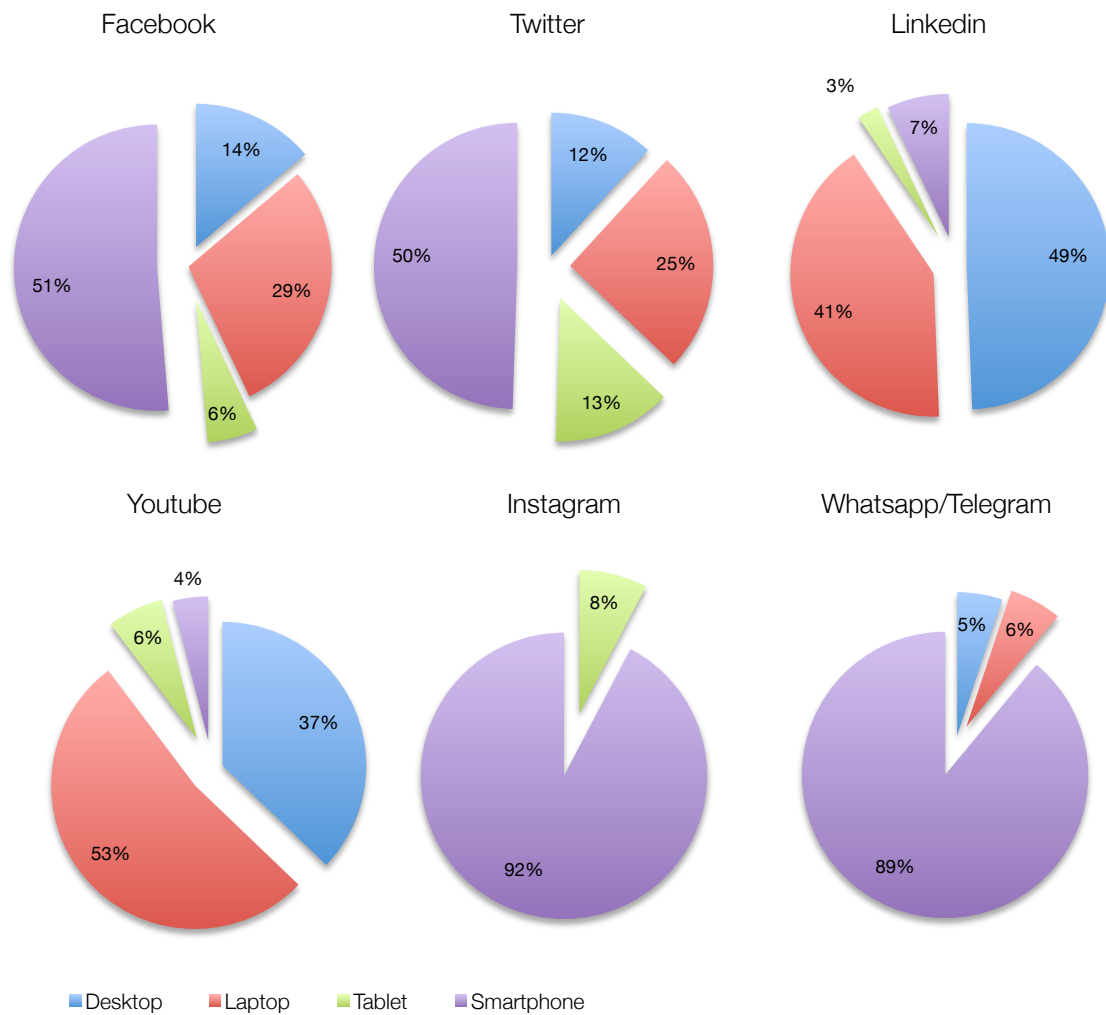
Figuur 2: Social media gebruik vrije tijd

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/Telegram
Meerdere keren per dag	196	53	12	81	97	217
Ongeveer een keer per dag	39	66	9	21	31	29
Meerdere keren per week	15	12	30	53	3	7
Een keer per week	2	60	29	55	12	0
Een paar keer in de maand	1	38	93	42	26	0
Niet	1	25	81	2	85	1

Tabel 1: Social media gebruik per kanaal vrije tijd

3. Op welk device/apparaat maak je in je vrije tijd het meest gebruik van elk social media kanaal?



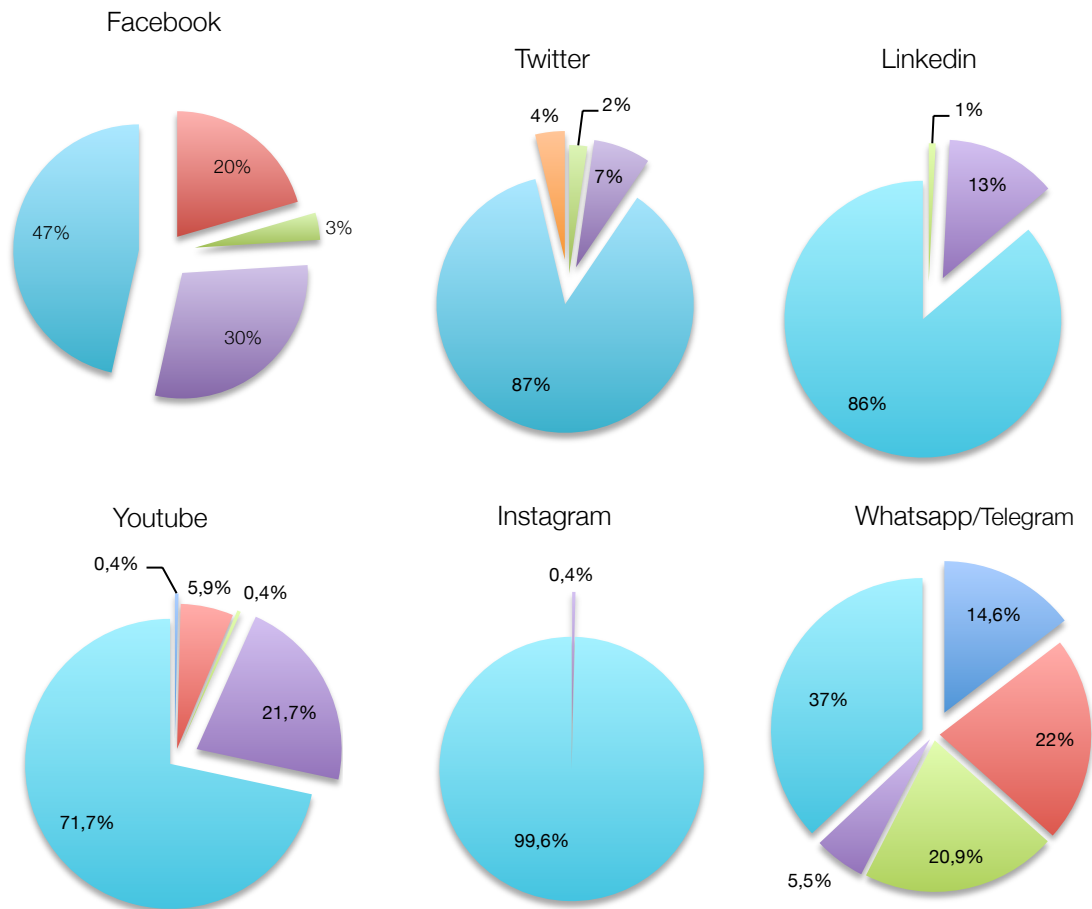
Figuur 3: Devices social media kanalen

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/Telegram
Desktop	35	26	84	94	0	13
Laptop	73	56	70	133	0	15
Tablet	14	30	4	16	13	0
Smartphone	129	109	12	10	155	225

Tabel 2: Gebruikte devices social media

4. Hoe vaak maak je binnen je opleiding gebruik van elk social media kanaal?



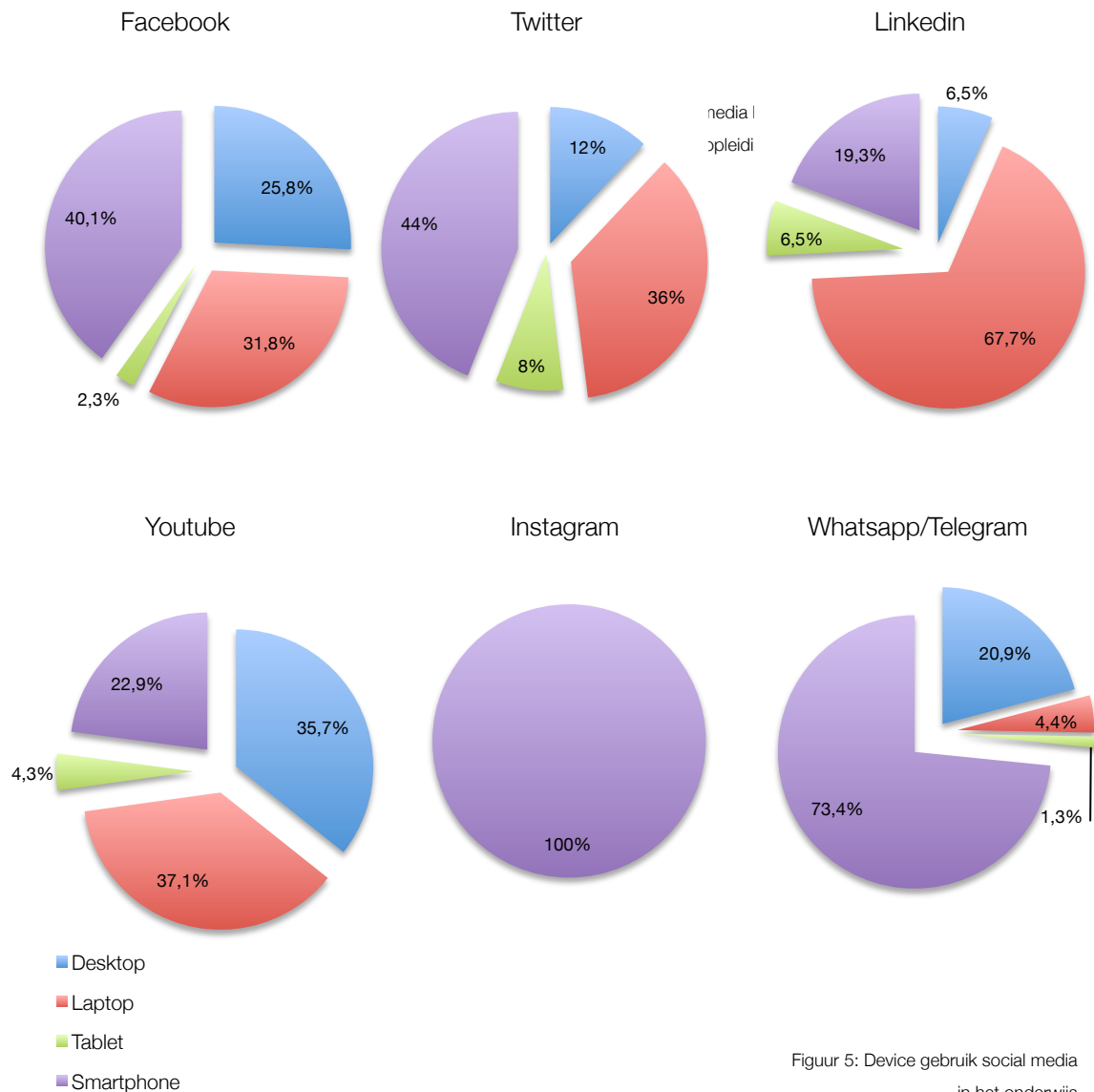
Figuur 4: Social media in onderwijs

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	Instagram	Whatsapp/Telegram
Meerdere keren per dag	0	0	0	1	0	37
Ongeveer een keer per dag	52	0	0	15	0	56
Meerdere keren per week	9	6	2	1	0	53
Een keer per week	75	19	33	55	1	14
Niet	118	229	219	182	253	94

Tabel 3: Social media gebruik binnen opleiding

5. Op welk device/apparaat maak je binnen je opleiding het meest gebruik van elk social media kanaal?



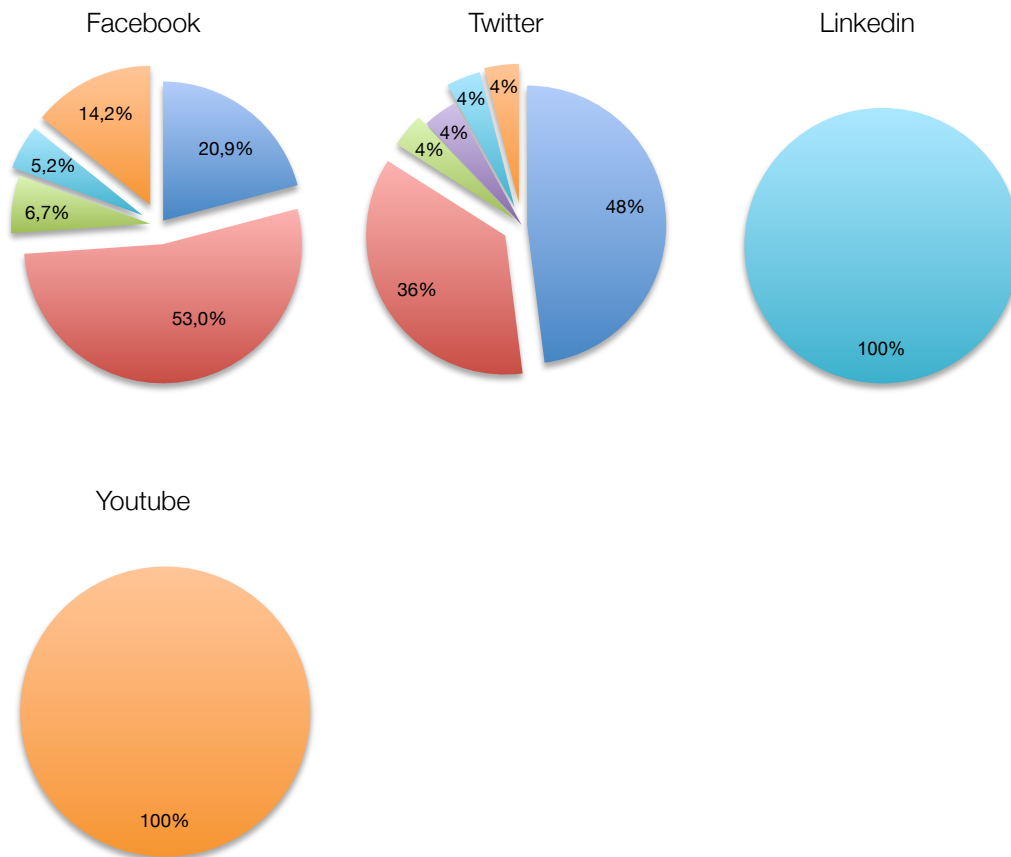
Figuur 5: Device gebruik social media in het onderwijs

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	Instagram	Whatsapp/Tel egram
Desktop	34	3	2	25	0	33
Laptop	42	9	21	26	0	7
Tablet	3	2	2	3	0	2
Smartphone	53	11	6	16	1	116

Tabel 4: Device gebruik social media onderwijs

6. Waarvoor gebruik je elk social media kanaal binnen je opleiding?



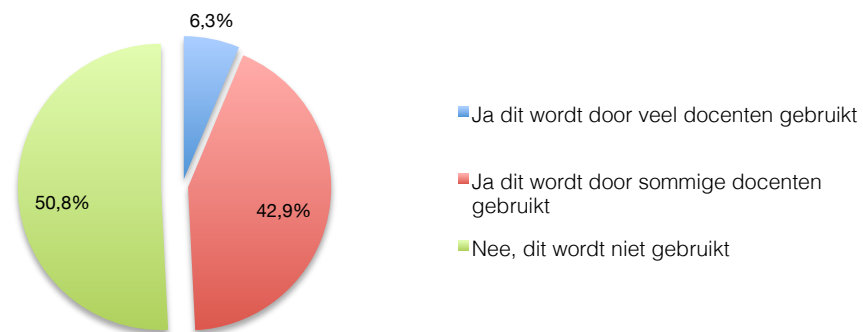
Figuur 6: Doel social media binnen opleiding

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/ Telegram
Inhoudelijke communicatie met andere studenten	28	12	0	0	0	152
Praktische communicatie met andere studenten	71	9	0	0	0	203
Inhoudelijke communicatie met docenten	9	1	0	0	0	1
Praktische communicatie met docenten	0	1	0	0	0	1
Communicatie extern	7	1	0	0	0	72
Het maken van opdrachten	19	1	2	2	0	33

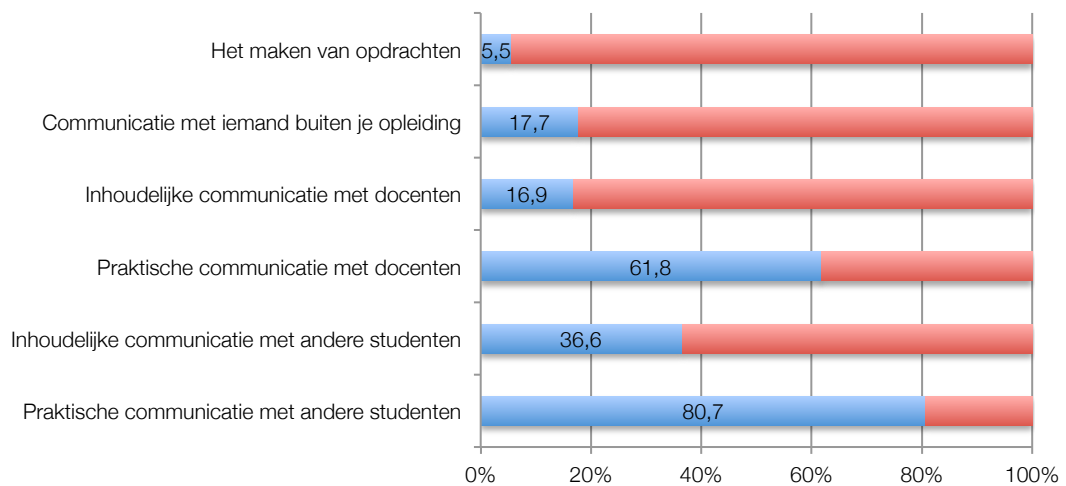
Tabel 5: Doel social media binnen opleiding

7. Gebruiken jouw docenten social media binnen je opleiding?



Figuur 7: Social media gebruik door docenten

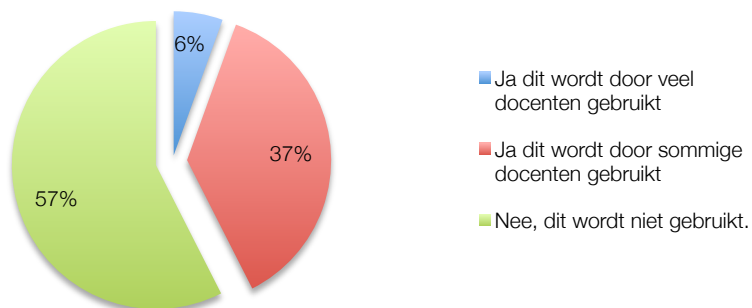
8. Ik vind dat social media in het onderwijs ingezet moet worden voor...



Figuur 8: Mening inzet social media

9. Blackboard biedt naast roosters en cursusinhoud ook mogelijkheden om online samen te werken, te communiceren, kennis te delen, te toetsen en virtual classroom.

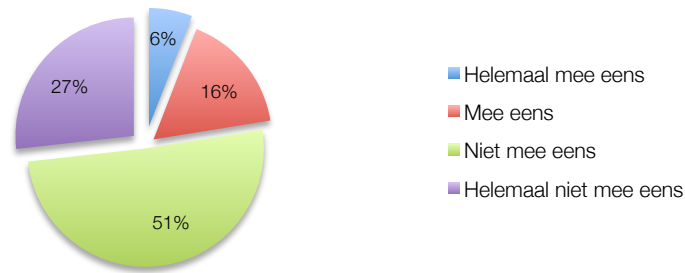
Wordt hier binnen je opleiding ook gebruik van gemaakt?



Figuur 9: Gebruik mogelijkheden Blackboard

9. Stelling:

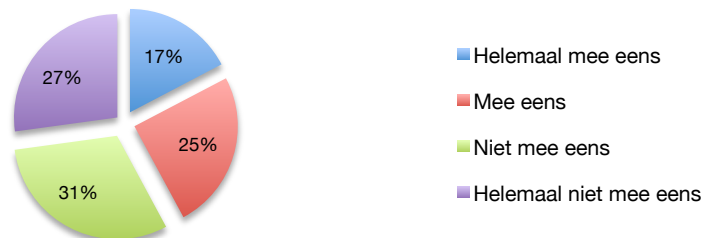
"Ik wil meer gebruik maken van de toepassingen van Blackboard zoals blogs en fora"



Figuur 10: Stelling meer gebruik Blackboard

10. Stelling

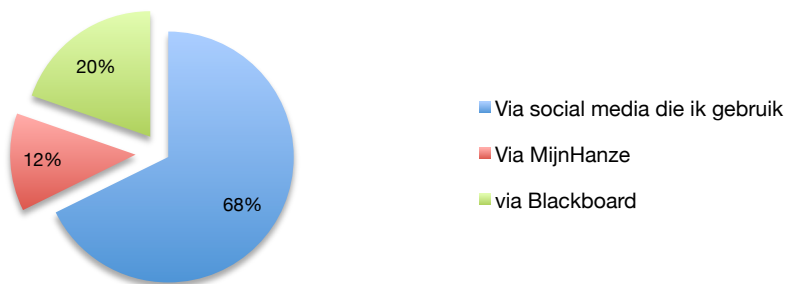
"Ik vind Blackboard een goed medium, ik hoef social media niet in het onderwijs te gebruiken."



Figuur 11: Stelling geen social media

11. Hoe wil je in en ideale situatie praktische informatie ontvangen?

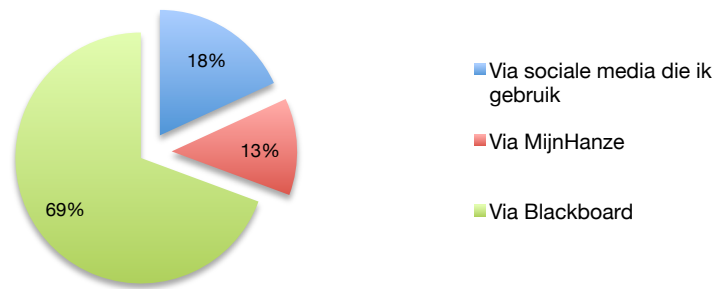
(Bijvoorbeeld afspraken over tijd, locatie en ziekte)



Figuur 12: Ideale situatie praktische info ontvangen

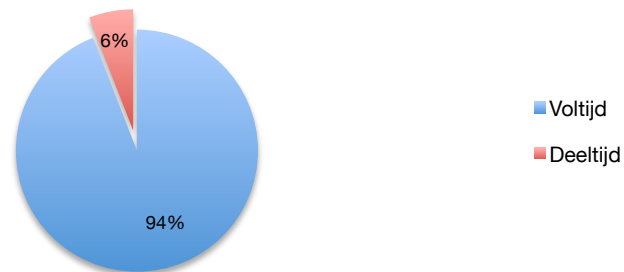
11. Hoe wil je in een ideale situatie inhoudelijke informatie ontvangen?

(Bijvoorbeeld over lesinhoud en feedback)



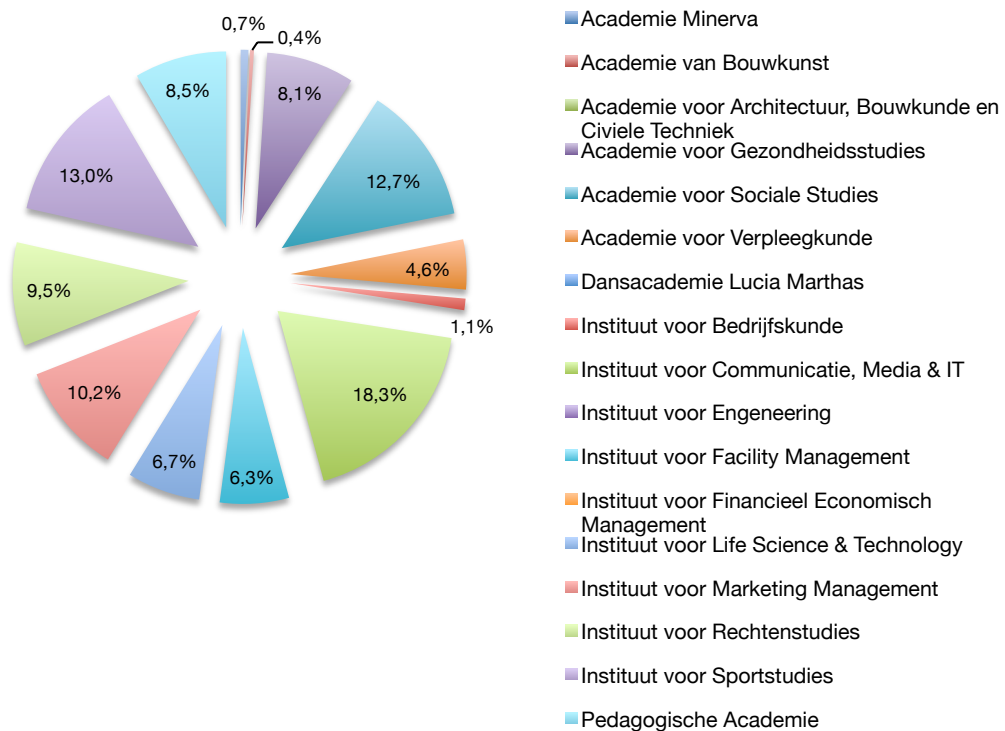
Figuur 13: Ideale situatie ontvangen inhoudelijk informatie

12. Wat voor soort onderwijs volg je?



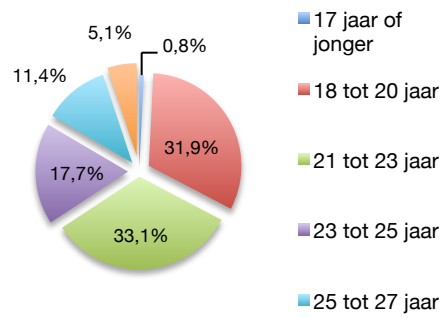
Figuur 14: Soort onderwijs

13. Aan welk onderwijsinstituut volg je een opleiding?



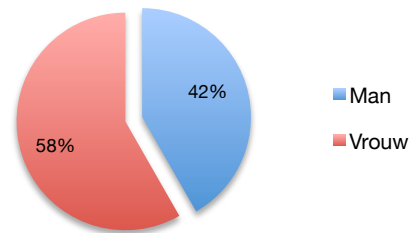
Figuur 15: Onderwijsinstituut

13. Wat is je leeftijd?



Figuur 17: Leeftijd

14. Wat is je geslacht?



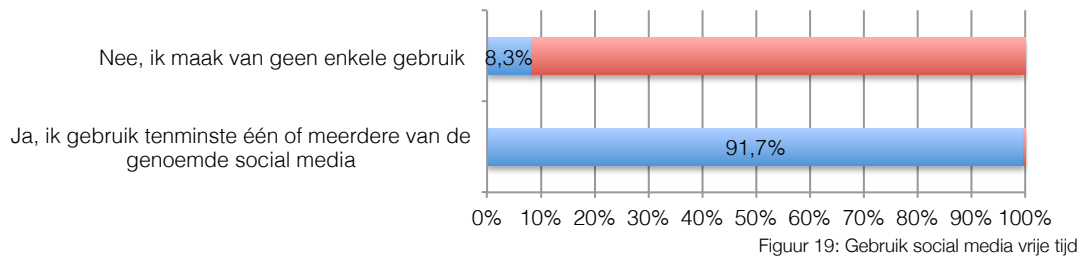
Figuur 18: Geslacht

Bijlage II: Enquêteresultaten docenten

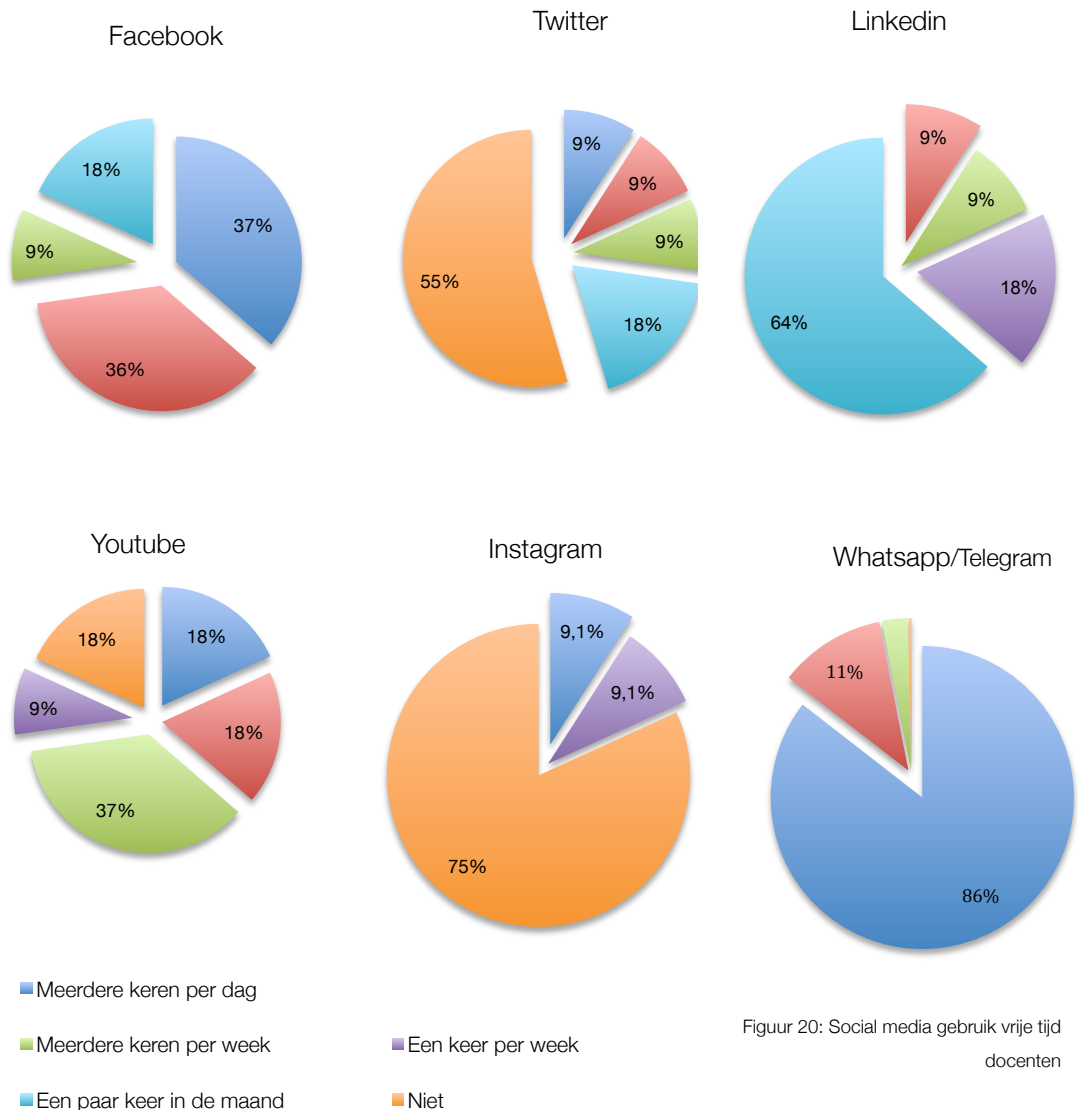
De uitslag van de enquête die is gedaan onder docenten van de Hanzehogeschool wordt in dit hoofdstuk weergegeven in tabellen en grafieken.

1. In mijn vrije tijd maak ik tenminste gebruik van één van de onderstaande social media kanalen:

Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram en Whatsapp/Telegram



2. Hoe vaak maakt u gebruik van elk social media kanaal?

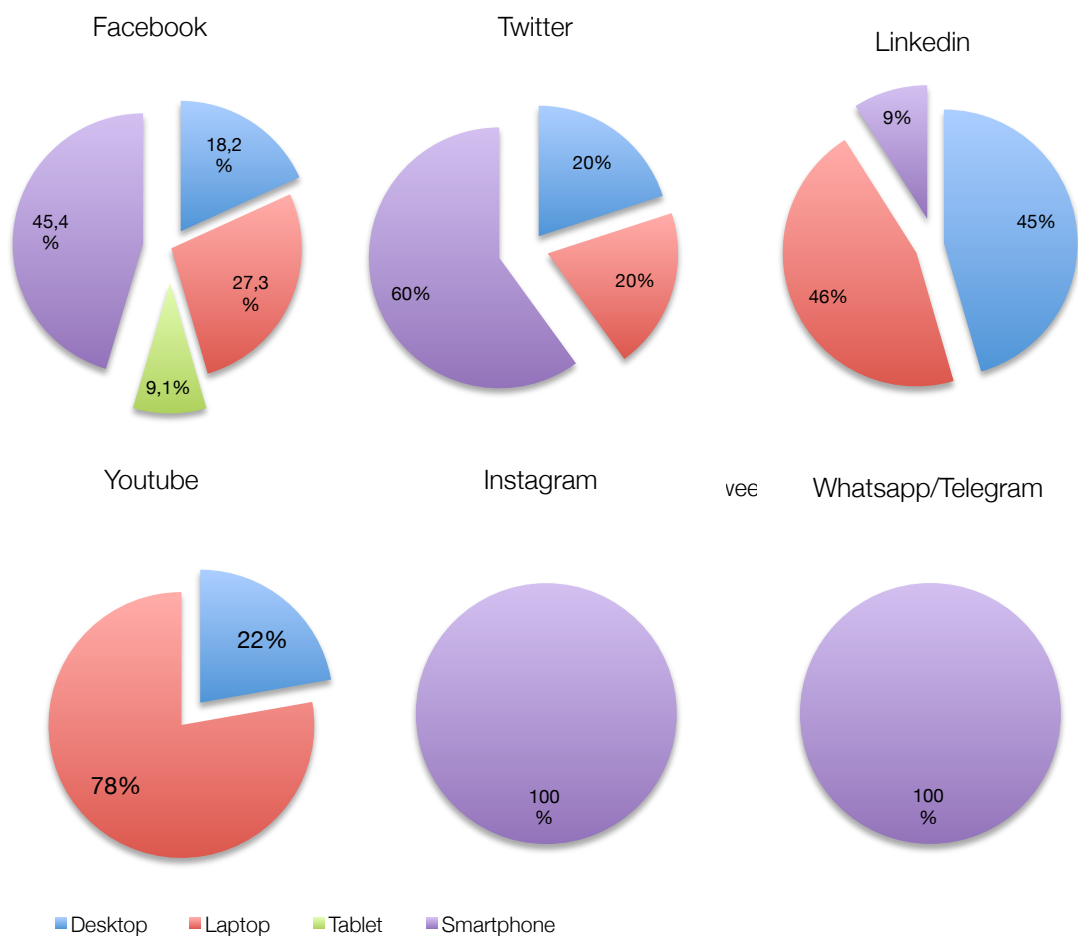


Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/ Telegram
Meerdere keren per dag	4	1	0	2	1	9
Ongeveer een keer per dag	4	1	1	2	0	1
Meerdere keren per week	1	1	1	4	0	0
Een keer per week	0	0	2	1	1	0
Een paar keer in de maand	2	2	7	0	0	0
Niet	0	6	0	2	9	1

Tabel 6: Social media gebruik per kanaal vrije tijd

3. Op welk device/apparaat maakt u in uw vrije tijd het meest gebruik van elk social media kanaal?



Figuur 21: Device gebruik social media onderwijs

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/ Telegram
Desktop	2	3	5	2	0	0
Laptop	3	9	5	7	0	0
Tablet	1	2	0	0	0	0
Smartphone	5	11	1	0	7	10

Tabel 7: Device gebruik social media vrije tijd

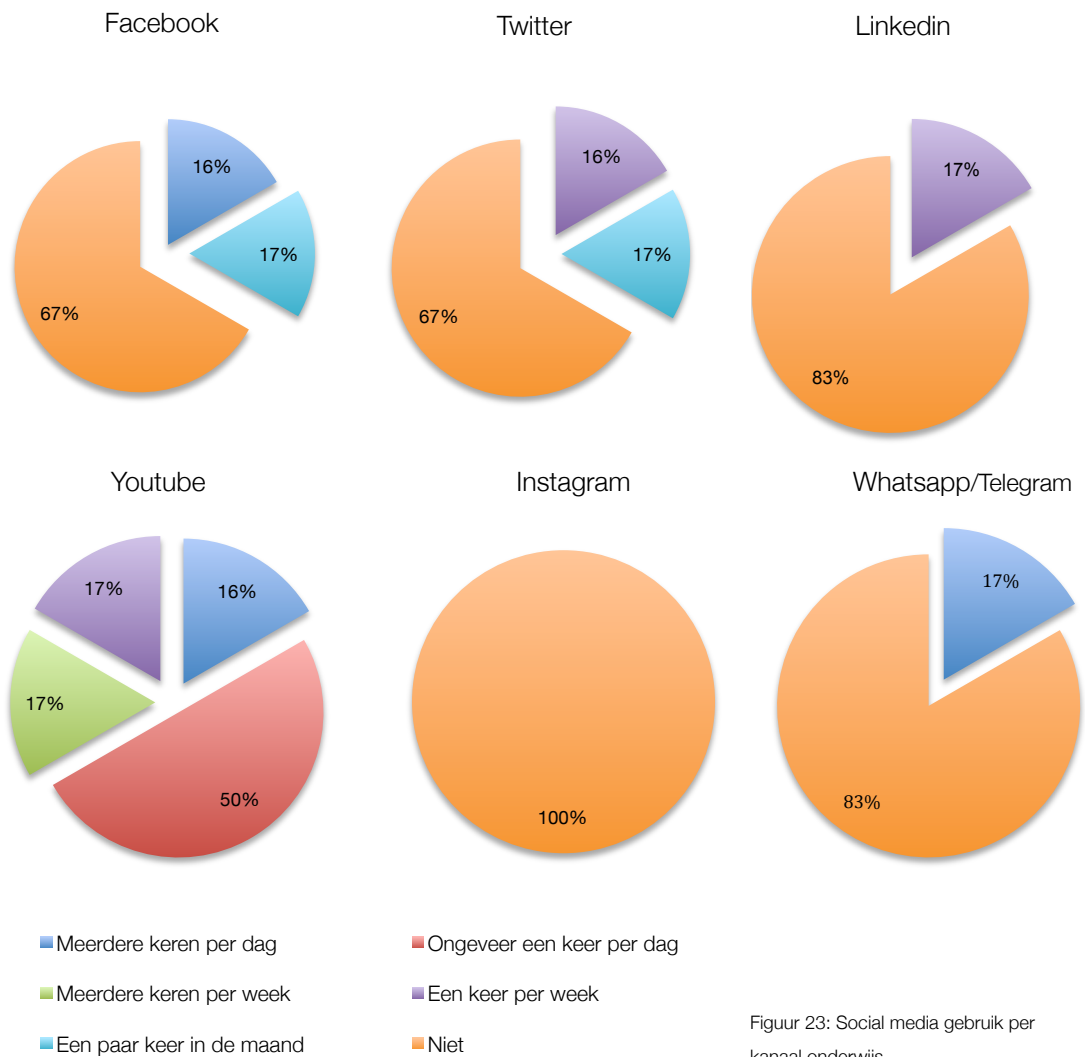
4. In het onderwijs maak ik tenminste gebruik van één van de onderstaande social media kanalen:

Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram en Whatsapp/Telegram



Figuur 22: Social media onderwijs

5. Hoe vaak maakt u gebruik van elk social media kanaal in het onderwijs?



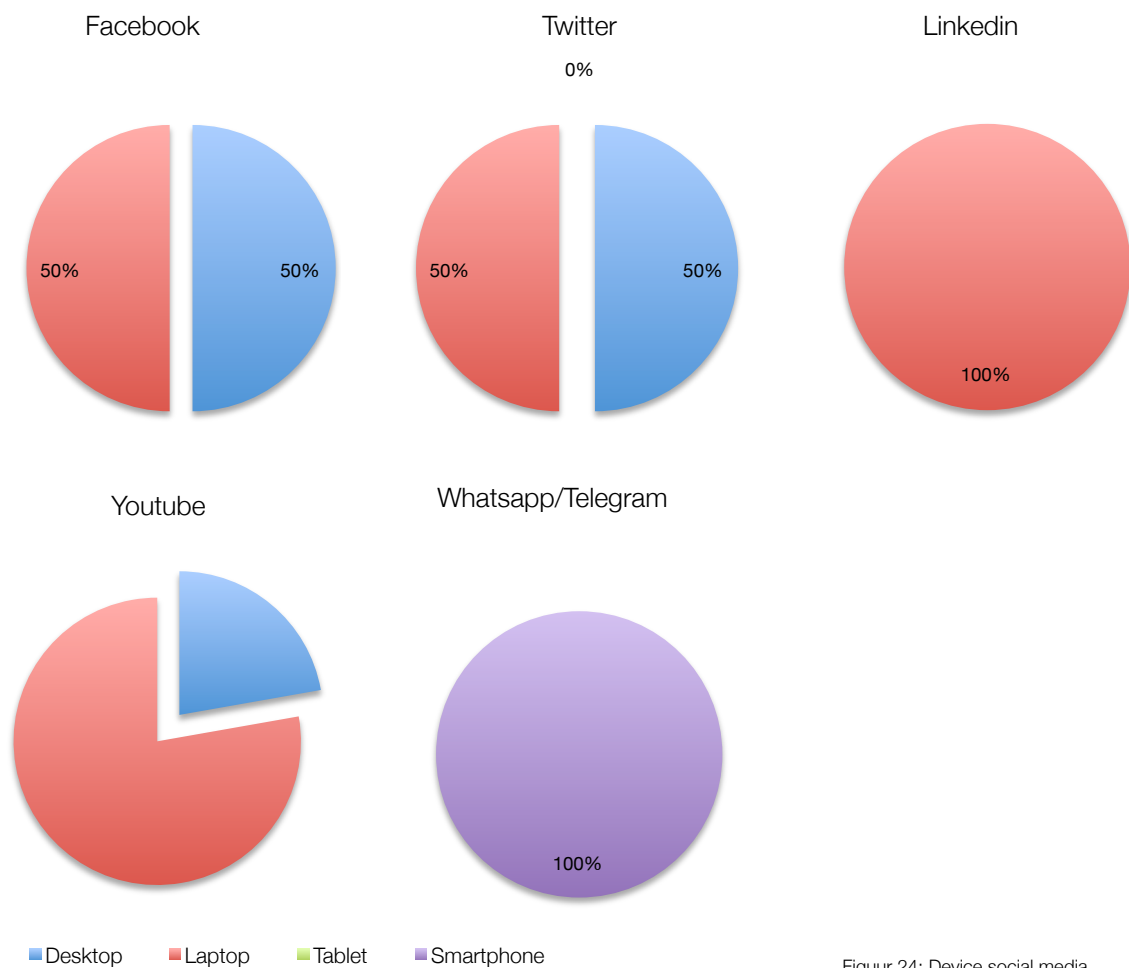
Figuur 23: Social media gebruik per kanaal onderwijs

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/ Telegram
Meerdere keren per dag	1	0	0	1	0	1
Ongeveer een keer per dag	0	0	0	3	0	0
Meerdere keren per week	0	0	0	1	0	0
Een keer per week	0	1	1	1	0	0
Een paar keer in de maand	1	1	0	0	0	0
Niet	4	4	5	0	6	5

Tabel 8: Social media gebruik per kanaal onderwijs

6. Op welk device/apparaat maakt u binnen de opleiding het meest gebruik van elk social media kanaal?



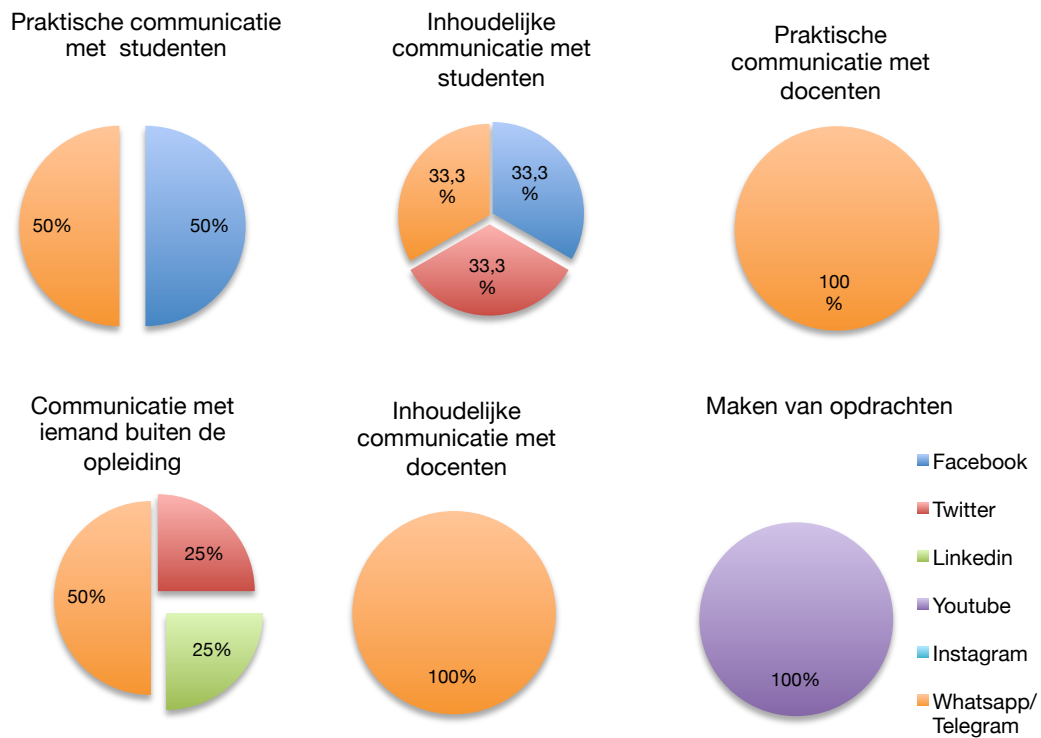
Figuur 24: Device social media gebruik onderwijs

Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/ Telegram
Desktop	1	1	5	3	0	0
Laptop	1	1	5	3	0	0
Tablet	0	2	0	0	0	0
Smartphone	0	11	1	0	0	1

Tabel 9: Device social media gebruik onderwijs

7. Waarvoor gebruikt u elk social media kanaal in het onderwijs?



Figuur 25: Doel gebruik social media gebruik onderwijs

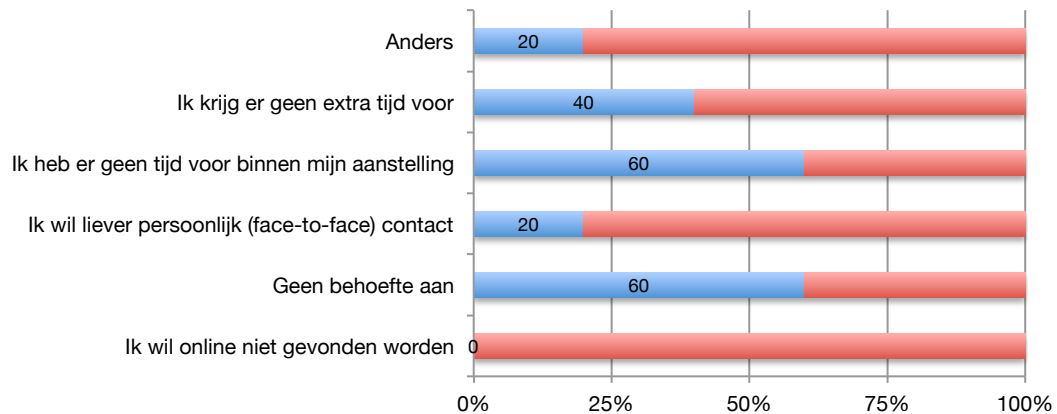
Dezelfde gegevens in een tabel weergegeven:

	Facebook	Twitter	Linkedin	Youtube	Instagram	Whatsapp/Telegram
Inhoudelijke communicatie met studenten	1	1	0	0	0	1
Praktische communicatie met studenten	1	1	5	3	0	0
Inhoudelijke communicatie met docenten	0	0	0	0	0	1
Praktische communicatie met docenten	0	0	0	0	0	1
Communicatie met iemand buiten de opleiding	1	0	0	0	1	1
Maken van opdrachten	0	0	0	1	0	0

Tabel 10: Doel gebruik social media onderwijs

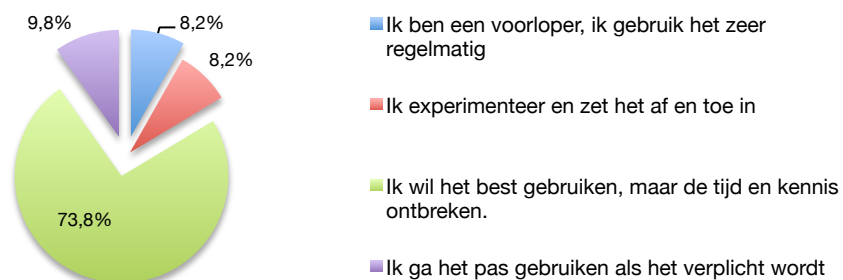
8. Waarom maakt u geen gebruik van deze social media in het onderwijs?

(Deze vraag werd gesteld aan docenten die bij vraag 4 aan hebben gegeven, geen van de genoemde social media kanalen in het onderwijs te gebruiken.)



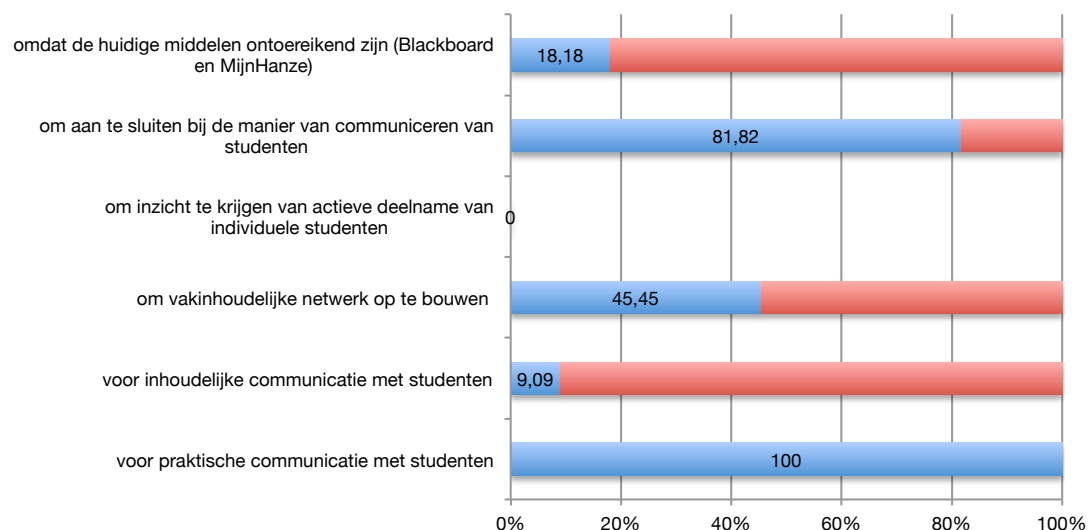
Figuur 26: Reden geen gebruik social media in het onderwijs

9. Hoe omschrijft u uzelf met het gebruik van social media in het onderwijs?



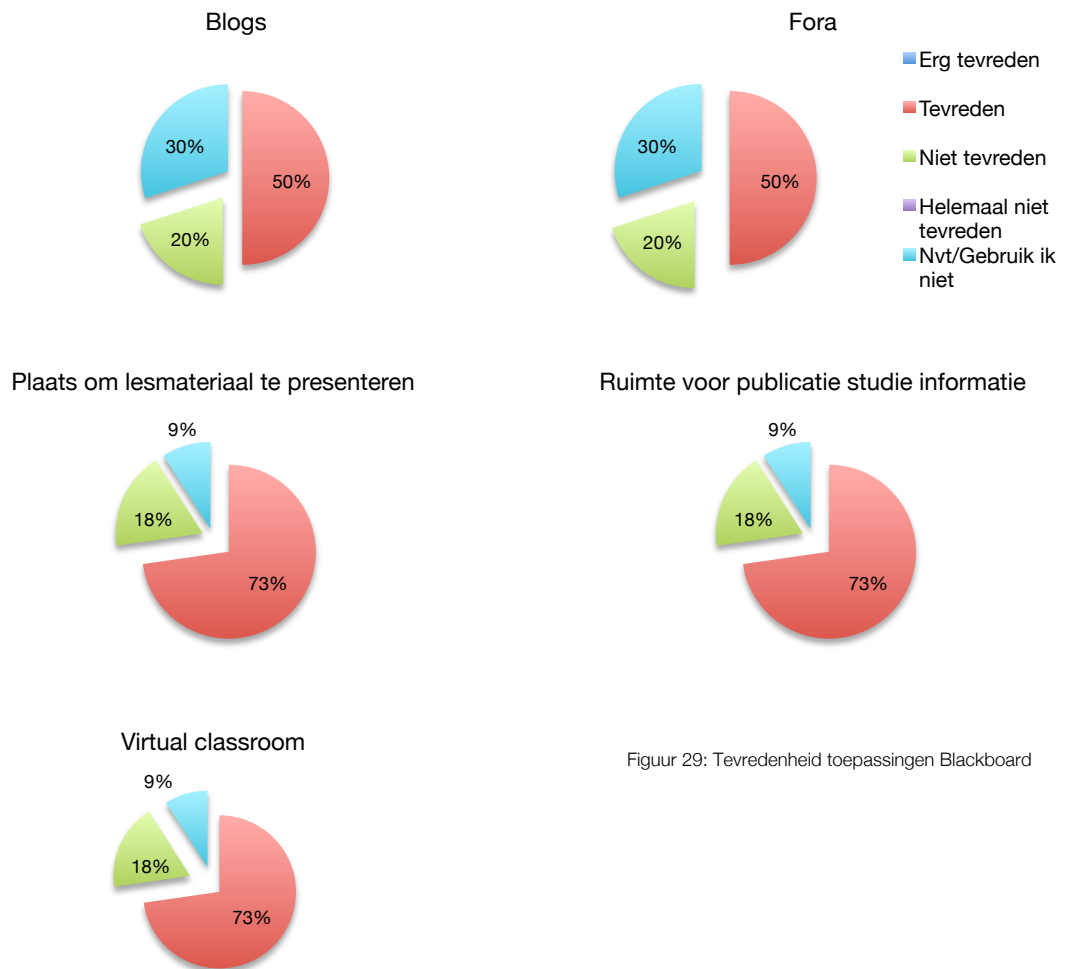
Figuur 27: Omschrijving inzet social media

10. Ik vind dat docenten social media in het onderwijs moeten inzetten...



Figuur 28: Mening inzet social media onderwijs

11. Hoe tevreden bent u over de onderstaande toepassingen van Blackboard?



Figuur 29: Tevredenheid toepassingen Blackboard

12. Stelling:

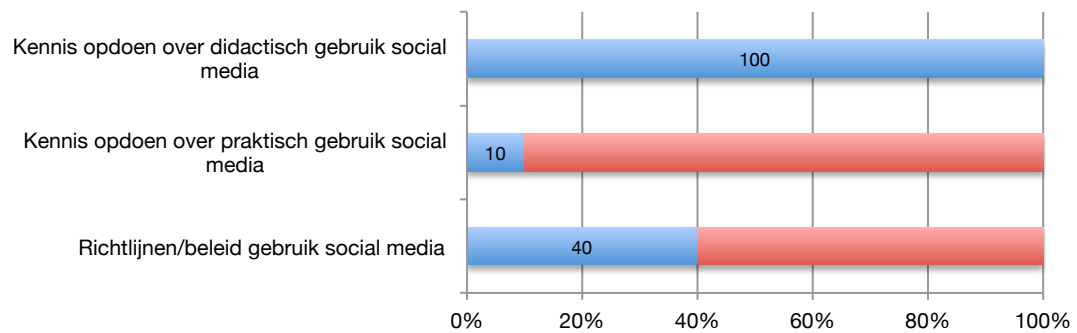
"Ik vind Blackboard en MijnHanze goede media om praktisch en inhoudelijk mee te communiceren, ik hoef social media niet in het onderwijs te gebruiken."



Figuur 30: Mening geen social media in het onderwijs

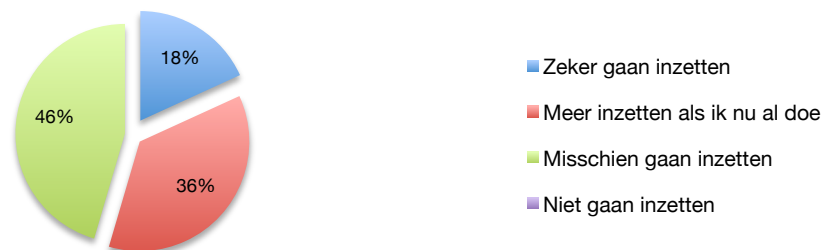
13. Stel dat de Hanzehogeschool in de toekomst social media wil inzetten in het onderwijs

Welke ondersteuning van de HG heeft u dan nodig? (Meerdere antwoorden mogelijk)



Figuur 31: Ondersteuning HG

14. Als ik tijd en ondersteuning krijg van de Hanzehogeschool zal ik social media...



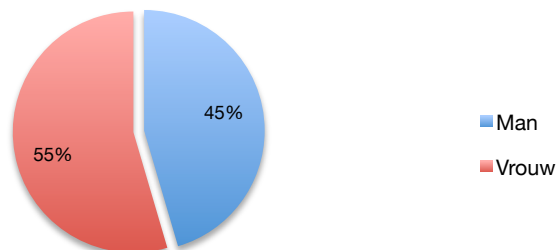
Figuur 32: Inzet social media na ondersteuning

15. Wat is uw leeftijd?



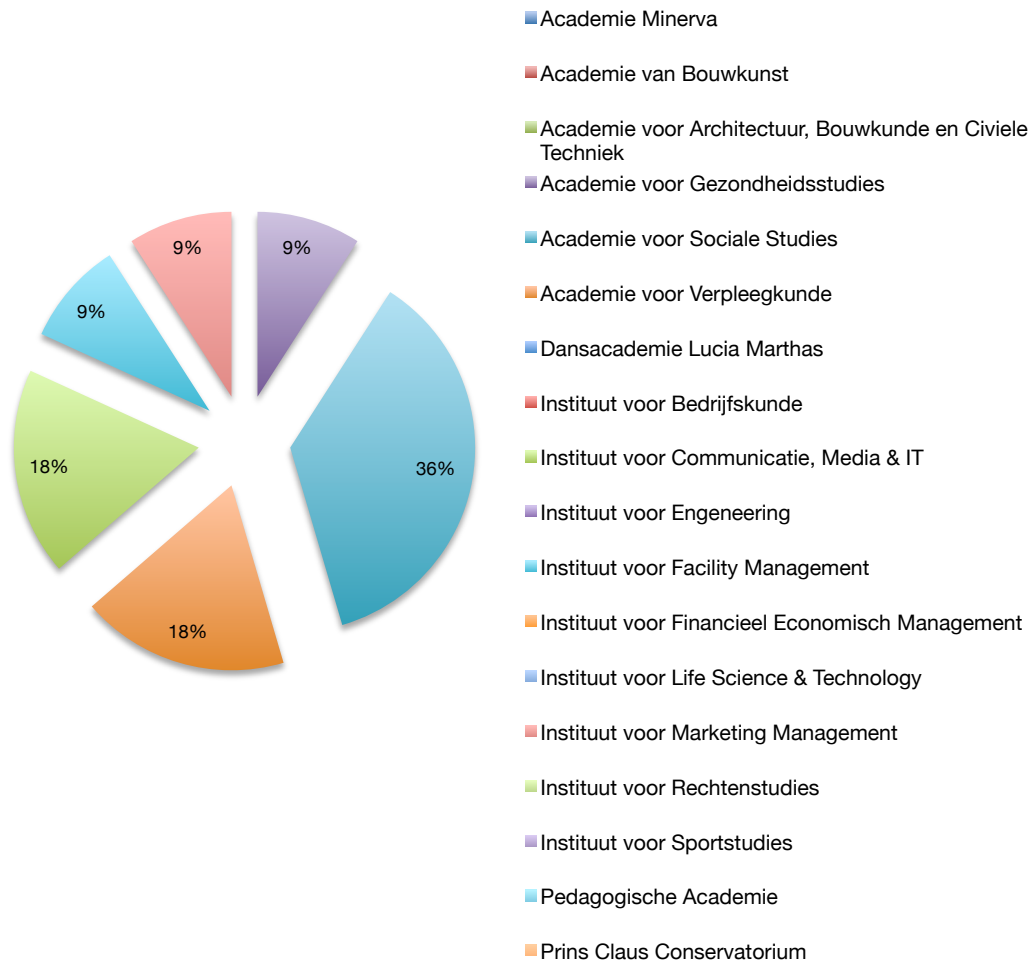
Figuur 33: Leeftijd

16. Wat is uw geslacht?



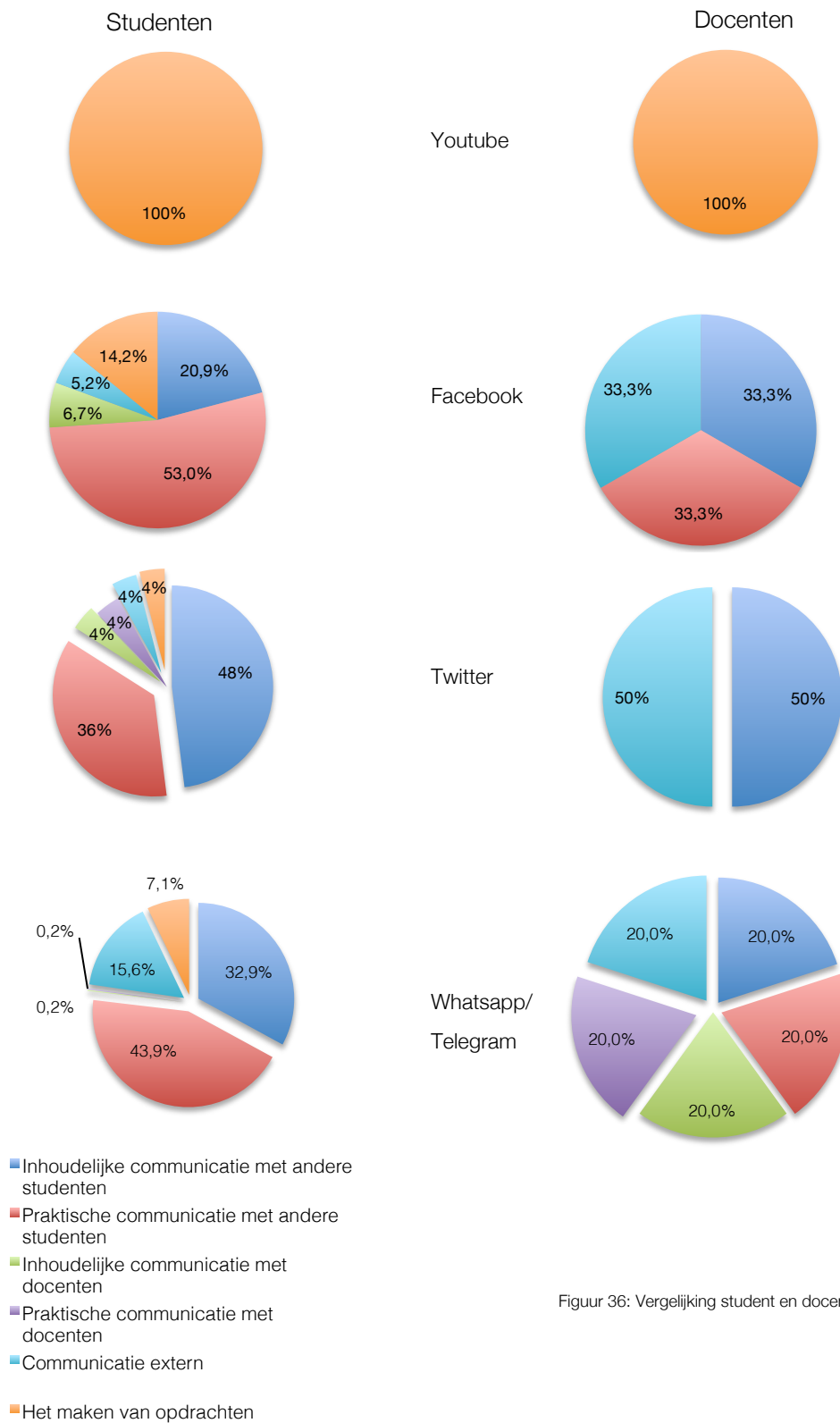
Figuur 34: Geslacht

16. Aan welk onderwijsinstituut bent u docent?



Figuur 35: Onderwijsinstelling

Bijlage III: Vergelijking docenten en studenten



Figuur 36: Vergelijking student en docent