



**EDUCATIEVE BACHELOR SECUNDAIR ONDERWIJS**

# Bachelorproef

---

***#MakeYourClass***

**TIKTOK ALS LEERMIDDEL**







EDUCATIEVE BACHELOR SECUNDAIR ONDERWIJS

# Bachelorproef

---

***#MakeYourClass***

TIKTOK ALS LEERMIDDEL



PROMOTOR  
JOËLLE KALMÈS  
INFORMATICA

MAJA ADRIAENS  
NEDERLANDS - INFORMATICA  
ACADEMIEJAAR 2020 - 2021

## Voorwoord

TikTok, een sociaal medium dat slechts enkele jaren bestaat en de hele wereld veroverde. Als toekomstig leerkracht secundair onderwijs met de vakken Nederlands en informatica ligt sociale media mij nauw aan het hart. In beide vakken kom ik er regelmatig mee in aanraking en ook binnen de leefwereld van de jongeren is het sterk aanwezig. Bijgevolg stelde ik mezelf de vraag waarom TikTok nog niet wordt ingezet binnen het onderwijs, uit deze gedachte kwam mijn scriptie tot stand.

Met dit werk hoop ik u, de onderwijswereld en de schoolgaande jeugd te overtuigen van de educatieve meerwaarde die TikTok kan bieden in het onderwijs.

Allereerst wil ik mijn ouders bedanken. Dankzij hen heb ik deze opleiding kunnen volgen en kreeg ik de kans om een diploma hoger onderwijs te behalen. Ze hebben mij alle jaren gesteund, in goede en slechte tijden, en stonden altijd voor mij klaar. Ik hoop dat ik hen trots kan maken met wat ik tot nu toe bereikt heb en wat ik nog zal bereiken in mijn verdere carrière.

Ook mijn vrienden wil ik bedanken om mij altijd aan te moedigen en mij de nodige ontspanning te bieden wanneer het nodig was. Ondanks dat zij geen fans zijn van TikTok, waren ze altijd bereid om mijn werk na te lezen en hun eerlijke mening te geven.

Ten derde wil ik mijn externe partner, Spectrumcollege Campus Beringen Middenschool Sint-Jan, bedanken voor hun hulp bij mijn bachelorproef. Een groot deel van de leerkrachten van de middenschool engageerde zich om mijn bevraging in te vullen. Daarnaast wil ik Nathalie Brabants, taallector van Hogeschool PXL, en Klara Leekens, coördinator van de bachelorproeven, bedanken voor hun begeleiding tijdens het maken van dit werk.

Ten slotte wil ik Joëlle Kalmès, de promotor van deze bachelorproef en mijn lector informatica gedurende deze opleiding, bedanken. Enerzijds omwille van haar hulp bij het vormgeven van deze bachelorproef en anderzijds omwille van haar steun en vertrouwen in mij.

Ik hoop dat ik u, mijn beste lezer, kan warm maken voor het gebruiken van het sociale medium TikTok in het onderwijs.

Maja Adriaens  
Heusden-Zolder

januari 2021

# Inhoudsopgave

Voorwoord.....	4
Inhoudsopgave.....	5
Inleiding.....	7
1    Verkenkend onderzoek .....	8
1.1    Probleemstelling.....	8
1.1.1    Keuze praktijkprobleem.....	8
1.1.2    Onderzoeksdoel.....	9
1.1.3    Onderzoeksvragen.....	9
1.1.4    Onderzoeksorganisatie .....	10
1.2    Onderzoeksmethode .....	10
1.2.1    Onderzoeksactiviteiten .....	10
1.2.2    Planning .....	11
1.3    Motivatie.....	12
1.3.1    Motivatie om te leren .....	12
1.3.2    Voorwaarden voor motiverende opdrachten.....	13
1.3.3    Voorwaarden voor kwaliteitsvol en bruikbaar videomateriaal.....	15
1.4    TikTok.....	16
1.4.1    Het landschap van sociale media .....	16
1.4.2    Van China naar de wereld .....	18
1.4.3    Educatieve mogelijkheden binnen TikTok .....	19
1.4.4    Mijn TikTok beperkt?! .....	20
1.5    Motivatie en TikTok .....	22
1.5.1    De leefwereld van de leerling .....	22
2    Ontwerpen .....	23
2.1    Bevraging: een visie op TikTok in de klas.....	23
2.2    Leeractiviteiten met TikTok.....	25
2.2.1    #MakeYourClass.....	25
2.2.2    Educatieve plannen van TikTok .....	27
Besluit .....	28
Literatuurlijst.....	29
Bijlagen .....	31

Bijlage 1: Planning.....	31
Bijlage 2: Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs .....	32
Bijlage 3: Krantenartikel De Standaard – “Ik zou mijn kind never, nooit op TikTok laten” .....	45
Bijlage 4: Krantenartikel De Tijd – “Tiener enerveert China met vermomde aanklacht over Oeigoerse repressie op TikTok” .....	48
Bijlage 5: Kijkwijzer #MakeYourClass .....	50
Bijlage 6: Makeyourclass.weebly.com .....	51

## Inleiding

Sociale media zijn anno 2021 niet meer weg te denken uit ons dagelijkse leven. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube... het zijn slechts enkele voorbeelden van het grote aanbod aan sociale media. Sinds de corona-crisis maakt het medium TikTok haar grote opkomst bij ons. Verschillende leerkrachten proberen TikTok al in te zetten bij het afstandsonderwijs, maar dit blijkt niet altijd even makkelijk. Vanuit deze vraag ontstond dit onderzoek naar de educatieve mogelijkheden van TikTok.

Volgens onderzoekers hebben leeropdrachten die aansluiten bij de leefwereld van jongeren een bevorderende invloed op de leermotivatie. Bijgevolg zou het inzetten van TikTok een positieve impact hebben op de resultaten. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt bijgevolg: Hoe kunnen we *TikTok* als leermiddel gebruiken om jongeren van de eerste graad SO te motiveren? Vervolgens worden de voorwaarden voor een motiverende opdracht omschreven en de vereisten voor goed videomateriaal opgesomd.

Allereerst worden aan de hand van een literatuurstudie de eerste onderzoeksvragen beantwoord. Hiervoor worden voornamelijk online bronnen waaronder websites en krantenartikelen gebruikt. TikTok wordt uitgediept en haar geschiedenis wordt blootgelegd. Daarnaast worden de kenmerken onderzocht en toegelicht met concrete voorbeelden. Ook de beperkingen van het medium worden onder de loep genomen.

De thema's motivatie en TikTok worden verbonden om tot een antwoord op de hoofdvraag te komen. Daarbij wordt verwezen naar het verband met de leefwereld van de leerlingen.

Verder wordt de visie van leerkrachten secundair onderwijs op TikTok in het onderwijs besproken aan de hand van de resultaten van de bevraging.

Ten slotte wordt het product besproken. Met deze bachelorproef wordt een hulpmiddel, in de vorm van een kijkwijzer en een website, gecreëerd voor leerkrachten die met TikTok als leermiddel binnen hun vak aan de slag willen gaan.

# 1 Verkennend onderzoek

## 1.1 Probleemstelling

In dit hoofdstuk worden vier belangrijke factoren voorafgaand aan het onderzoek toegelicht: de keuze voor het praktijkprobleem, het onderzoeksdoel, de onderzoeksvragen en de onderzoeksorganisatie.

### 1.1.1 Keuze praktijkprobleem

De aanleiding voor het praktijkonderzoek is enerzijds een kans vanuit hogeschool PXL tot het maken van een bachelorproef en anderzijds de rijzende populariteit van het sociale medium TikTok.

Er is sprake van een situatiereden, nieuwsgierigheid en een verplichting. De situatiereden komt vanuit het gebrek aan inzet van het sociale medium TikTok in het onderwijs. Daarnaast kies ik vanuit mijn interesse voor sociale media en technologie voor dit onderwerp. Ik ben benieuwd naar de mogelijkheden die TikTok biedt als educatief middel in het onderwijs. Daarnaast vind ik het zonde dat er nog geen gebruik van gemaakt wordt aangezien dit zeker aansluit bij de leefwereld van de leerlingen en het bijgevolg de intrinsieke motivatie zal verhogen. Ten slotte dien ik in kader van mijn opleiding een bachelorproef te schrijven als afronding van mijn traject.

Het resultaat van dit onderzoek zal bestaan uit een kijkwijzer en een website om aan de slag te gaan met TikTok als leermiddel (voor leerkrachten in de eerste graad secundair onderwijs).

#### **Context**

Het onderzoek zal gebeuren in samenwerking met Spectrumcollege Campus Beringen Middenschool Sint-Jan. In de lessen wordt er nog niet concreet met sociale media als leermiddel gewerkt.

Uit mijn gesprekken met de directie blijkt dat zij openstaan voor het gebruik van TikTok als educatief middel tijdens de lessen, zij zien dit als een vorm van innovatief onderwijs. Anderzijds merk ik gedurende mijn bevraging bij de leerkrachten dat veel geen meerwaarde zien in TikTok of niet weten hoe ze dit in hun vak zouden integreren.

#### **Onderzoeksorganisatie**

Ik werk samen met de directie en leerkrachten uit de Spectrumcollege Middenschool Sint-Jan. De samenwerking gebeurt door middel van twee meetings en de bevraging.

De opdrachtgever voor het onderwerp is Joëlle Kalmès, lector informatica aan Hogeschool PXL departement Education.



### **Resultaten literatuurverkenning**

Uit de literatuurverkenning blijkt dat er weinig tot geen voorbeelden zijn waarbij TikTok als leermiddel gebruikt wordt. De gevonden literatuur bestaat vooral uit digitaal materiaal waaronder websites en krantenartikelen.

### **Praktijkprobleem**

Er is voortdurende evolutie van technologie. Er komen steeds meer tools bij waarmee we aan de slag kunnen gaan binnen het onderwijs. Vooral de leerkrachten hebben te kampen met het probleem gedurende de lessen, zij moeten op de hoogte zijn van deze hypes en voldoende kennis hebben om deze te gebruiken. Het probleem is ontstaan door de sterke technologische evolutie van de maatschappij, het daarbij toenemende “belang” van sociale media in het dagelijkse leven van mensen en het toenemende aanbod van apps op de markt.

## **1.1.2 Onderzoeksdoel**

Het doel van het onderzoek is ontdekken hoe zowel leerkrachten als leerlingen aan de slag kunnen met TikTok als leermiddel. De vraag luidt welke mogelijkheden TikTok biedt om educatief ingezet te worden in scholen. Een goede manier om hier een antwoord op te krijgen, is een bevraging bij leerkrachten uitvoeren.

Hierbij aansluitend wordt het eindproduct ontwikkeld voor de eerste graad secundair onderwijs. Het eindproduct zal bestaan uit een kijkwijzer en een informatieve website voor leerkrachten.

## **1.1.3 Onderzoeksvragen**

De onderzoeksvragen voor de bachelorproef vindt u hieronder:

### **Hoofdvraag**

Hoe kunnen we *TikTok* als leermiddel gebruiken om jongeren van de eerste graad SO te motiveren?

### Verkenkend onderzoek

- Wat drijft jongeren om te leren?
- Aan welke voorwaarden moet een opdracht voldoen om jongeren aan te zetten tot leren?
- Waar situeert *TikTok* zich binnen het landschap van sociale media?
- Wat is de geschiedenis van de app *TikTok*?
- Welke kenmerken heeft *TikTok* die gebruikt kunnen worden tijdens de les?
- Welke beperkingen heeft *TikTok* als leermiddel?
- In hoeverre bevordert het gebruik van *TikTok* als leermiddel de motivatie van de leerlingen?

Ontwerponderzoek

- Hoe zien de leerkrachten de inzet van *TikTok* als leermiddel binnen de lessen?
- Welke leeractiviteiten kunnen leerkrachten en leerlingen met *TikTok* uitvoeren?

**1.1.4 Onderzoeksorganisatie**

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met Spectrumcollege Campus Beringen Middenschool.



Deze middenschool situeert zich op Bogaarsveldstraat 14 in Beringen. De middenschool biedt enkel de eerste graad secundair onderwijs aan voor A - en B - stroom, hierna kunnen leerlingen doorstromen naar de bovenbouw campus of van school veranderen.

De opdrachtgever voor het onderwerp is Joëlle Kalmès, lector informatica aan Hogeschool PXL departement Education.

**1.2 Onderzoeksmethode**

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksactiviteiten beschreven. Daarna volgt de tijdsplanning van deze activiteiten.

**1.2.1 Onderzoeksactiviteiten**

Om dit onderzoek te volbrengen, wordt er hoofdzakelijk gebruik gemaakt van twee methoden: literatuurstudie en bevragingen. Hieronder wordt de uitvoering van beiden toegelicht.

Eenzijds een grondige literatuurstudie om deelvragen één tot en met zeven te beantwoorden. Literatuur verzamelen over TikTok is niet eenvoudig aangezien de applicatie slechts enkele jaren bestaat, daarom worden er vooral digitale bronnen gebruikt. De materialen (websites, krantenartikelen...) om de eerste deelvragen te beantwoorden, zijn opgenomen in de literatuurlijst.

Onderzoeksvraag		Dataverzamelmethode
1	Wat drijft jongeren om te leren?	Tekstbronnen bestuderen
2	Aan welke voorwaarden moet een opdracht voldoen om jongeren aan te zetten tot leren?	Tekstbronnen bestuderen
3	Waar situeert <i>TikTok</i> zich binnen het landschap van sociale media?	Tekstbronnen bestuderen
4	Wat is de geschiedenis van de app <i>TikTok</i> ?	Tekstbronnen bestuderen

5	Welke features heeft <i>TikTok</i> die gebruikt kunnen worden tijdens de les?	Tekstbronnen bestuderen
6	Welke beperkingen heeft <i>TikTok</i> als leermiddel?	Tekstbronnen bestuderen
7	In hoeverre bevordert het gebruik van <i>TikTok</i> als leermiddel de motivatie van de leerlingen?	Tekstbronnen bestuderen
8	Hoe zien de directieleden en de leerkrachten de inzet van <i>TikTok</i> als leermiddel binnen de lessen?	Bevragen (bij directie en leerkrachten)
9	Welke leeractiviteiten kunnen leerkrachten en leerlingen met <i>TikTok</i> uitvoeren?	Tekstbronnen bestuderen Bevragen

### 1.2.2 Planning

Een goede planning geeft een goed resultaat. In mei/juni 2020 ligt de focus op het verkennend onderzoek. Ten eerste wordt er een literatuurstudie uitgevoerd om het onderwerp te verkennen, hiervoor worden vooral digitale bronnen en actualiteit gebruikt. Daarna worden er een probleemstelling en onderzoeksvragen geformuleerd aan de hand van de resultaten van deze literatuurstudie. Ook wordt er een planning opgesteld om volgens een strak schema tijdig resultaten te boeken. Het antwoord op de eerste deelvragen wordt geschreven aan de hand van de bevonden resultaten.

In september/oktober 2020 vindt er een expertpanel plaats via de Facebookgroep "Lesideeën secundair onderwijs", hieruit blijkt dat TikTok als leermiddel een zeer controversieel onderwerp is waarover diverse meningen bestaan. Halverwege oktober ligt de focus op het ontwerpen van de bevraging, deze wordt gemaakt met Google Formulieren, en het plannen van de aanpak en deadlines. Ook tekent in deze periode Spectrumcollege Beringen Middenschool Sint-Jan als externe partner.

In november 2020 wordt het verkennend onderzoek afgerond, voor de tussentijdse evaluatie wordt ook een zelfevaluatie ICT opgesteld. Daarnaast wordt de enquête gelanceerd voor een periode van twee weken. Om deze enquête te verspreiden, wordt er gebruik gemaakt van Smartschool (stageschool), e-mail en Facebook.

In december 2020 worden de resultaten van de enquête geanalyseerd en verwerkt. Er worden conclusies getrokken die een grote waarde hebben voor deze bachelorproef. Daarnaast wordt er gewerkt aan het ontwerp van het product (de kijkwijzer en de website).

Ten slotte vinden in januari 2021 de laatste deadlines plaats. Zo worden er een samenvatting en promotievideo gemaakt. Eind januari staat de definitieve deadline voor de bachelorproef gevolgd door een online verdediging.

## 1.3 Motivatie

Iedere dag maken we keuzes in ons leven op basis van onze behoeften en verlangens. We hebben als mens een reden nodig om te “bewegen” of om iets te volbrengen. In dit hoofdstuk wordt via motivatiepsychologie uitgediept wat de redenen zijn tot motivatie om te leren bij jongeren en welke voorwaarden nodig zijn om motiverende opdrachten te creëren.

### 1.3.1 Motivatie om te leren

Het begrip “motivatie” komt vaak voor wanneer het gaat over de studieprestaties van leerlingen. Volgens Canadees hoogleraar psychologie Vroom zijn er twee belangrijke factoren om tot goede resultaten of prestaties te komen: capaciteit en motivatie.

Vroom haalt aan dat beide factoren aanwezig moeten zijn vooraleer er een resultaat is. Wanneer één van beide factoren toeneemt, heeft dit een invloed op het eindresultaat. Iemand met lage capaciteit maar veel motivatie kan dus nog steeds slecht presteren.

**Prestatieniveau = capaciteiten X motivatie**

#### Zelfdeterminatietheorie

Aan de hand van het kader van de zelfdeterminatietheorie (Deci & Ryan, 2000) kunnen we de verschillende manieren waarop motivatie en persoonlijkheid op elkaar inspelen indelen in verschillende categorieën. Deze indeling gaat verder dan de gebruikelijke opdeling van intrinsieke en extrinsieke motivatie.

#### 1) Autonome of intrinsieke motivatie

Een leerling is autonoom gemotiveerd wanneer deze een leeractiviteit uitvoert omdat hij het nut inziet (persoonlijk belang) of wanneer hij deze interessant vindt (passie). Er wordt geen druk ervaren en de leerling handelt uit vrije wil.

Een leerling handelt vanuit passie als de leeractiviteit aansluit bij de interesses. Hij ervaart het uitvoeren van de taak op zich als een activiteit die positieve gevoelens (blijdschap, enthousiasme...) opwekt.

*Vb. Ik scoor goed op de toets Nederlands omdat ik het vak heel graag doe.*

Wanneer een leerling een leeractiviteit nuttig vindt, zal hij zich inzetten. Hij voert de activiteit uit omdat hij begrijpt dat deze een hoger doel dient. Er is dan sprake van een persoonlijk belang.

*Vb. Ik studeer goed voor de toets omdat ik wil bijleren.*

## 2) Gecontroleerde of extrinsieke motivatie

Een leerling is gecontroleerd gemotiveerd wanneer hij een leeractiviteit uitvoert omdat hij druk ervaart van buitenaf (extern) of van zichzelf (intern). Vaak heeft zulke druk een nadelige invloed op de kwaliteit van de uitvoering van de leeractiviteit.

Wanneer er sprake is van interne verplichting, zet de leerling zichzelf onder druk. Vaak gebeurt dit om negatieve gevoelens zoals schuld, schaamte en angst te vermijden of positieve gevoelens op te wekken. Het verschil met handelen uit persoonlijk belang ligt erin dat de leerling bij interne verplichting gevoelens van druk en stress ervaart.

*Vb. Ik moet goed scoren op die test anders schaam ik mij.*

Bij externe verplichting handelt de leerling omdat hij wil voldoen aan de verwachtingen van een ander (een leraar, klasgenoten, de ouders...). Doordat het gedrag extern wordt bepaald, ervaart de leerling druk.

*Vb. Ik moet goed scoren op die test anders zijn mijn ouders teleurgesteld.*

## 3) Ten slotte kan er ook sprake zijn van *amotivatie*, hierbij heeft de leerling totaal geen motivatie om deel te nemen en toont hij/zij geen betrokkenheid. Vaak uit zich dit in een passieve houding tijdens de leeractiviteit waarbij hij zich amper inzet.

Er kunnen twee types onderscheiden worden waaruit *amotivatie* kan ontstaan. Enerzijds uit een gebrek aan waarde voor de betreffende activiteit, hierbij ziet de leerling geen enkele reden om zich in te zetten doordat het hem/haar gewoon niet interesseert of belangrijk lijkt, bijgevolg is er dus geen motivatie om zich aan te passen. Anderzijds kan het voortkomen uit onzekerheid, de leerling in kwestie denkt dat hij/zij niet goed genoeg is om zichzelf te veranderen.

Naast de hoeveelheid motivatie waarover een leerling beschikt, is ook de kwaliteit van de motivatie belangrijk. Een leerling moet omwille van de "juiste" redenen gemotiveerd zijn om een leeractiviteit uit te voeren.

### 1.3.2 Voorwaarden voor motiverende opdrachten

De zelfdeterminatietheorie uit vorige passage vindt zijn kracht in de kerngedachte dat er drie natuurlijke basisbehoeften zijn voor de mens. Wanneer deze bevredigd worden, kan een mens optimaal functioneren, zich goed in zijn vel voelen en persoonlijke groei ervaren.

Deze drie basisbehoeften, bekend als het ABC-model, vormen de fundamenteën voor een motiverende opdracht.

#### 1) **Autonomie**

Ieder mens wil een vorm van autonomie ervaren, het gevoel dat hij of zij zijn eigen leven en daden in handen heeft. Er is als het ware een nood aan vrijheid en keuzemogelijkheid. Wanneer dit het geval is, zal een persoon de succeservaringen

die hij of zij behaalt ook aan zichzelf toeschrijven, met een positieve invloed op de motivatie, het welbevinden en de ontwikkeling van de persoon.

## 2) **Verbondenheid**

Ieder mens heeft nood aan sociale interactie, de mogelijkheid om met anderen te communiceren en voor anderen te zorgen. Er is een drang om ergens bij te horen. Daarnaast kan interactie met anderen ook helpen bij de inschatting van zichzelf, door anderen een taak succesvol te zien volbrengen, kan een individu gemotiveerd worden en de haalbaarheid van een taak beter inschatten. Ten slotte kan er bij interactie ook sprake zijn van ondersteuning door anderen.

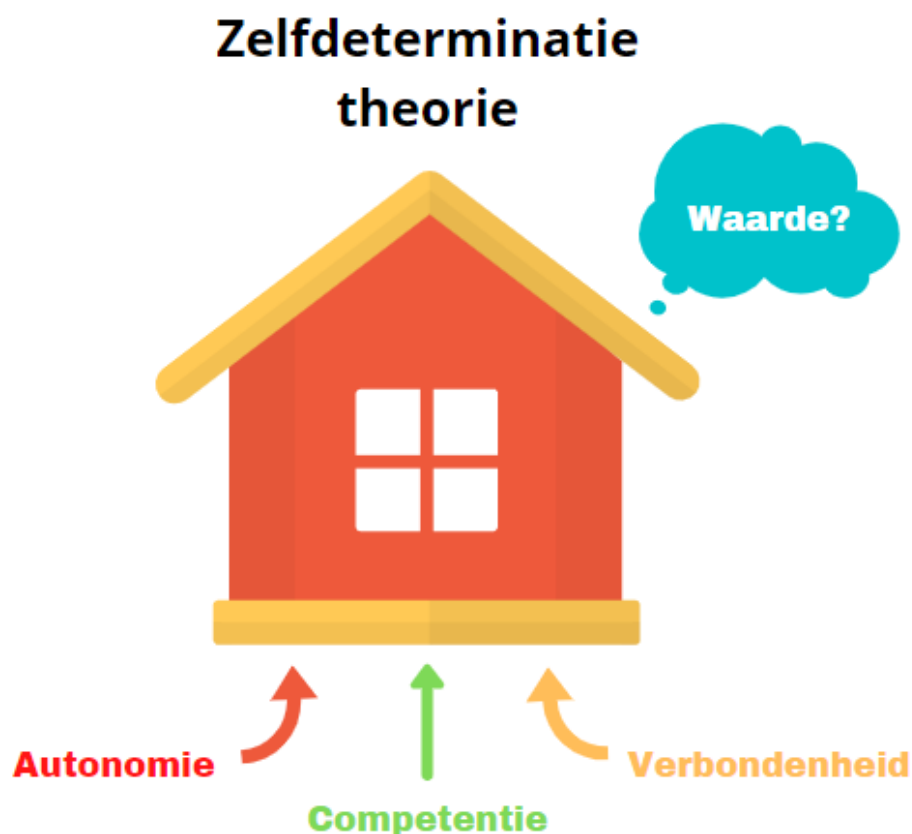
## 3) **Competentie**

Ieder mens wil competent zijn en succeservaringen ervaren. Wanneer een persoon zichzelf en zijn eigen capaciteiten bij aanvang van een taak al in vraag stelt, heeft dit een negatieve invloed op zijn motivatie. Daarom is het belangrijk om in het hoofd te houden dat een uitdagende taak niet hetzelfde is als een “onmogelijke” taak.

Aanvullend hierop kan ook het fundament “Waarde” worden toegevoegd.

## 4) **Waarde**

Ieder mens moet het gevoel krijgen dat het uitvoeren van een activiteit een meerwaarde heeft voor zichzelf. De activiteit moet als “nuttig” en “bruikbaar” ervaren worden zodat de persoon zich bij het succesvol afronden tevreden en trots op zichzelf kan voelen.



### 1.3.3 Voorwaarden voor kwaliteitsvol en bruikbaar videomateriaal

Niet iedere video is gekwalificeerd om gebruikt te worden in educatieve context. Om videomateriaal te ontwikkelen dat kwaliteit biedt en bruikbaar is, onderscheiden we drie grote richtlijnen.

#### 1) Doel van de video

Voor je aan de slag gaat met videomateriaal is het fundamenteel om na te denken over het doel. Wat wil je bereiken met je video? Wil je de leerlingen motiveren bij het begin van een lesonderwerp? Wil je de verworven kennis vastzetten? Wil je de betrokkenheid van de leerlingen verhogen? Nadenken over het doel zorgt voor een betere integratie in de lespraktijk.

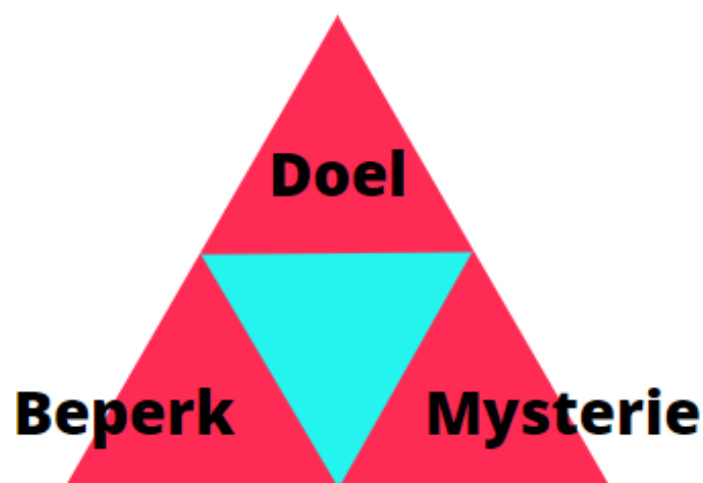
#### 2) Beperk de video

Zowel op gebied van inhoud als op gebied van duur is het verstandig om te beperken. Geef je enkel de kern en hoofdgedachten weer in videomateriaal, dan blijven deze beter hangen. Te veel bijzaken kunnen ervoor zorgen dat de aandacht afgeleid wordt van de essentie.

Een standaard voor de aandacht spanne van een mens bestaat niet. Ieder persoon is anders en er zijn diverse factoren die beïnvloeden hoelang we gefocust blijven. Door het grote aanbod aan mediamateriaal gaan we weliswaar bewuster om met de tijd die we hebben, we willen uiteraard geen tijd verspillen. Daarom wordt er tegenwoordig vaak ingezet op “korte maar krachtige” boodschappen. In het onderwijs kan je hier ook gebruik van maken, eventueel kan je de mogelijkheid om zelf te pauzeren toevoegen zodat leerlingen hun eigen leertempo kunnen bepalen.

#### 3) Laat leerlingen denken

Door de leerstof met videomateriaal voor te kauwen, zullen leerlingen sneller geneigd zijn om zelf niet meer na te denken. Het is bijgevolg noodzakelijk om in een video een vorm van mysterie te verwerken door middel van gerichte vragen aan de leerling(en). Laat hen nadenken over de materie die aan bod komt en zelf naar oplossingen zoeken.



## 1.4 TikTok

In dit hoofdstuk worden de resultaten bekomen door literatuurstudie besproken. Er wordt een antwoord geformuleerd op onderzoeksvragen drie tot en met zes.

### 1.4.1 Het landschap van sociale media

Sociale media is een begrip met vele vormen, niet iedereen vat het op éénzelfde manier op. Volgens veel internetgebruikers omvat sociale media enkel het gedeelte “sociale netwerken”, maar in werkelijkheid omvat het zoveel meer. In het online woordenboek spreekt men van “online platformen waar de gebruikers zelf voor inhoud zorgen”<sup>1</sup>.

We kunnen verschillende onderverdelingen maken: op basis van *content*, op basis van het doel... In deze bachelorproef wordt gewerkt met de volgende onderverdeling.

Ten eerste is er de meest gekende categorie sociale netwerken, dit zijn sociale media platformen waarmee de gebruikers een sociaal netwerk voor zichzelf kunnen creëren. Om gebruik te maken van deze sociale netwerken dient men een profiel aan te maken, op dit profiel zet men persoonlijke informatie die men met zijn toekomstige contacten wil delen. Dit kunnen bijvoorbeeld algemene informatieve zaken zijn zoals de naam, de geboortedatum, de woonplaats maar ook specifiekere informatieve zaken zoals de relatiestatus, (vakantie)foto's en/of beeldmateriaal. Wanneer het profiel compleet is, kan men zichzelf aan andere profielen gaan koppelen waardoor er een sociaal netwerk ontstaat. Het doel van deze netwerken is het delen van persoonlijke ervaringen, meningen, nieuws en andere informatie met andere personen (binnen hetzelfde netwerk). Een bekend voorbeeld van een sociaal netwerk is Facebook.

Ten tweede zijn er de blogs en *microblogs*. Bloggen is een methode waarbij men een soort van dagboek bijhoudt in de vorm van een website, de blogger deelt informatie met zijn of haar lezers. Blogs hebben vaak een specifiek thema: vakantie, persoonlijk leven, eten, make-up, voetbal... Wordpress is vrij gekende *weblog-software*.

*Microblogging* onderscheidt zich van het gewone bloggen door de grootte van de berichten, zoals het woord “*micro*” al aangeeft zijn de berichten op *microblogs* doorgaans kleiner. Vaak gaat het om één foto of een korte tekst van bijvoorbeeld enkele regels. Twitter en Tumblr zijn voorbeelden van zulke *microblogs*.

Discussiefora zijn een derde categorie, het zijn online fora waarop gebruikers zich verzamelen om te discussiëren over een bepaald thema. Vaak maakt men gebruik van *topics* of onderwerpen waaronder deze discussies gevoerd worden. Alle berichten die onder zo'n *topic* vallen worden gearchiveerd zodat de discussie kan blijven doorgaan tot degene die het *topic* startte, het beëindigt. Internationaal is vooral Reddit het meest gekende discussiefora.

Voor categorie vier onderscheiden we “*media sharing networks*” van de gewone sociale netwerken. Vaak worden deze twee samen onder de noemer sociale netwerken gerekend aangezien ze beiden op dezelfde manier werken en het doel ook grotendeels gelijkloopt.

---

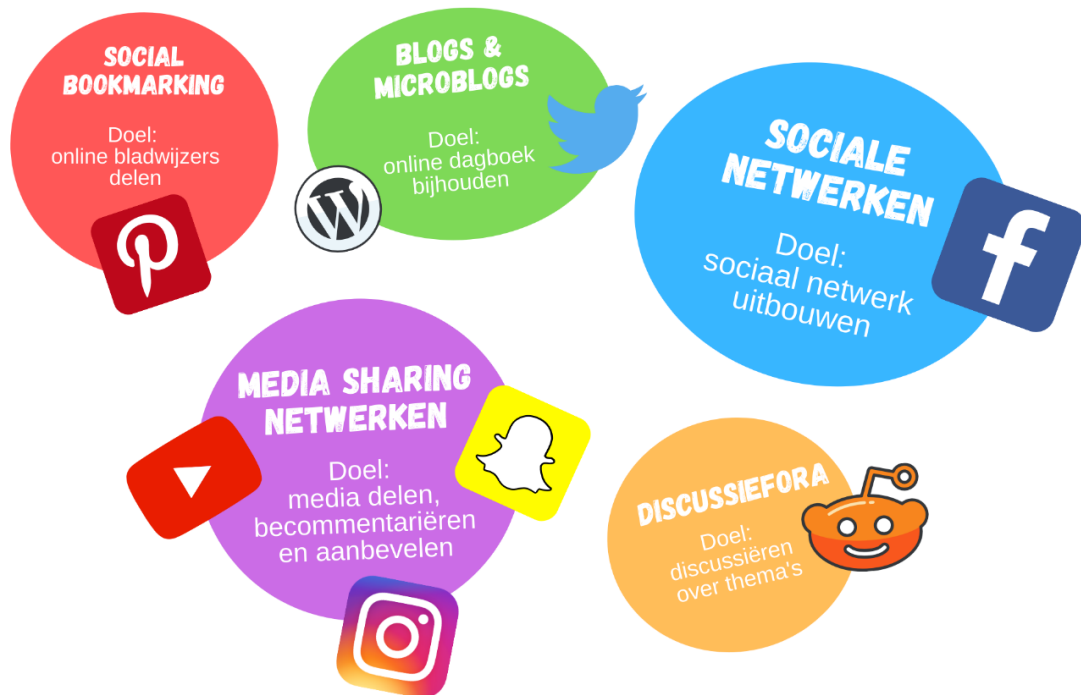
<sup>1</sup> Definitie “Sociale media” van <http://www.woorden.org/woord/sociale%20media>



Het specifieke aan *media sharing networks* is, zoals de naam al zegt, dat deze *netwerken* alleen draaien rond het delen (*sharen*), becommentariëren en aanbevelen van mediamateriaal (foto's, video's en muziek). Uiteraard valt het dochterbedrijf van Facebook, Instagram, hieronder samen met Youtube, Snapchat en Soundcloud.

Als vijfde en laatste categorie bestaat *social bookmarking*. Dit zijn platformen waarop de gebruikers *content* van het internet kunnen opslaan om zo een soort voorkeurslijst te creëren. Het is een combinatie van de klassieke bladwijzers met het delen van deze informatie via een platform. Momenteel is vooral Pinterest hierbij heel populair, maar ook Symbaloo is een tool die vaak wordt aangereikt bij *social bookmarking*.

Zoals in het begin werd aangehaald zijn er meerdere opdelingen mogelijk, er bestaan immers veel verschillende soorten sociale media. In mijn categorisering zijn bijvoorbeeld berichtnetwerken zoals Whatsapp en Messenger niet opgenomen. Maar voor deze bachelorproef wordt er enkel met bovenstaande opdeling gewerkt.



### TikTok

TikTok situeert zich net zoals Instagram, Youtube en Soundcloud onder de *media sharing networks*. Het doel van zulke netwerken is het delen (*sharen*), becommentariëren en aanbevelen van mediamateriaal. Bij TikTok draait dit om korte zelfgemaakte video's die vaak te maken hebben met dans en muziek.

### 1.4.2 Van China naar de wereld

In 2012 richt de Chinese softwareontwikkelaar Zhang Yiming zijn technologiebedrijf *ByteDance* op, het moederbedrijf van de app *TikTok*. In september 2016 start *ByteDance* met het lanceren van de app *Douyin* (抖音), een app die sterk lijkt op het huidige *TikTok*, op de Chinese markt. In nog geen jaar werft *Douyin* miljoenen gebruikers en staan ze definitief op de kaart.

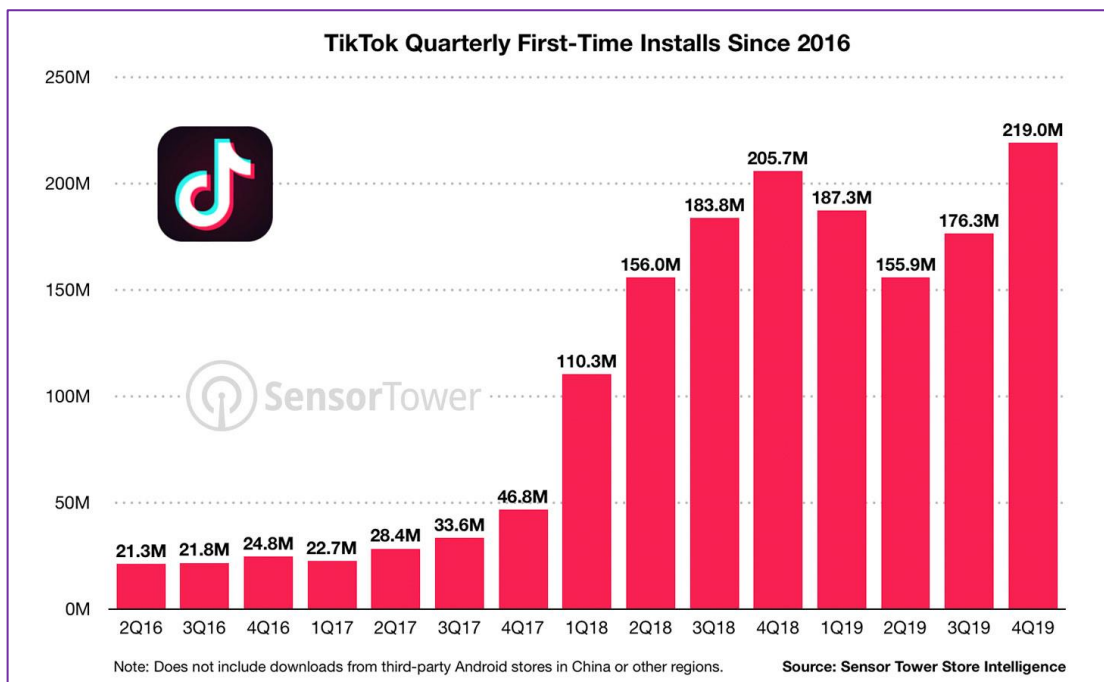


In september 2017 besluit *ByteDance* wereldwijd te gaan met hun concept, een internationale variant werd ontwikkeld... *TikTok* werd geboren.

*Douyin* en *TikTok* maken gebruik van dezelfde software, maar hanteren aparte netwerken om te voldoen aan de restricties van de Chinese overheid. Door de apps gescheiden te houden, is het mogelijk voor *ByteDance* om de *content* die geplaatst wordt strikt te controleren. De afgelopen jaren kreeg *TikTok* meermaals te maken met klachten in verband met ongepaste *content* door onder andere de Indonesische overheid, de Indische overheid en de Chinese overheid.

In november 2017 koopt het moederbedrijf de Chinese app *musical.ly* over. Om meer succes te boeken op de Amerikaanse markt besluiten ze om in augustus 2018 *TikTok* en *musical.ly* samen te voegen tot één app: *TikTok*.

Een jaar later neemt de populariteit van *TikTok* zodanig toe dat het dat jaar één van de meest gedownloade apps werd in de Verenigde Staten. Ondertussen is de app beschikbaar in meer dan 150 landen en 75 verschillende talen.



Grafiek TikTok downloads 2016 – 2019

### 1.4.3 Educatieve mogelijkheden binnen TikTok

TikTok is een open en gratis medium, het is in trek bij de jeugd en het biedt verscheidene mogelijkheden die kunnen ingezet worden in educatieve context. In dit hoofdstuk worden enkele features van TikTok uitgediept met concrete voorbeelden om aan de slag te gaan binnen het onderwijs.

#### Sociaal medium

Net als ieder ander sociaal medium bestaat de TikTok – cultuur uit *liking*, *commenting*, *sharing* en volgen. Deze elementen sluiten goed aan bij het interactieve aspect van onderwijs dat vaak verloren gaat wanneer men gaat digitaliseren.

*Spectrumcollege Middenschool Sint-Jan heeft sinds kort een TikTok-account (spectrumcollege\_msj) dat zij gebruiken voor de marketing van de school. Hierop kan men verschillende zaken terugvinden waaronder challenges met leerkrachten en leerlingen, een blik in de klassen, vlogs van de leerlingen en leerkrachten... Ze spelen als het ware in op de mogelijkheden van TikTok als sociaal medium en proberen via de share – en follow – cultuur meer in het oog te springen.*



#### Creatief

In TikTok staat creativiteit centraal, je brengt taalonafhankelijk een boodschap over door middel van het visuele aspect. Bijgevolg werkt het internationaal beter doordat iedereen meekan, welke taal de gebruiker ook spreekt. Hoe je een boodschap overbrengt, laat het medium volledig aan jou over. Dat iemand je video bekijkt, wordt gegarandeerd door het algoritme achter TikTok.

Bij de TikTok-*challenges* wordt er vaak opgeroepen om een bepaald aspect te imiteren maar er toch een eigen draai aan te geven, dit bevordert de creativiteit van de gebruikers. Want als gebruiker wil je je onderscheiden van die duizenden anderen die de *challenge* al deden.

Een ander aspect van creativiteit bevindt zich in de effecten, filters en montage-stijlen die de app aanbiedt. De gekende sociale media zoals Youtube en Facebook hadden deze mogelijkheden niet, het was een volledig nieuw gegeven. Met de video editor van TikTok is het mogelijk om pauzes in te lassen gedurende een opname en het effect *crossfading* toe te passen. Ook kan men werken met stickers, *emoji's* en *GIF's*.

#### #Challenge

*Hashtags* (#), ook hekjes genoemd, zijn niets nieuws in de digitale wereld. Ze worden gebruikt op verscheidene sociale media waaronder Facebook, Instagram, Twitter en Youtube om eenvoudig berichten te vinden in de massa aan informatie. Wanneer een gebruiker een specifieke *hashtag* opzoekt, krijgt hij een overzicht van berichten met dezelfde *hashtag*.

*Tijdens een les Nederlands over nepnieuws, vraagt de leerkracht om op sociale media op zoek te gaan naar berichten over nepnieuws. De leerlingen zoeken naar “#fakenews” en krijgen een overzicht van berichten over het onderwerp.*

Met de opkomst van TikTok kwam ook het fenomeen van “challenges” meer in beeld. Een *challenge* is een uitdaging waarbij (populaire) gebruikers (of TikTok zelf) andere TikTok-gebruikers aanzetten om iets te doen, meestal op hun eigen manier. Vaak wordt dit gedaan op een specifiek liedje waardoor dit ook binnen de muziekindustrie een grote invloed heeft.

*Het New Jersey Arts Education Partnership, Art Ed NJ, is een organisatie die de belangen van kunstonderwijs verdedigt. Een tijd geleden kwamen zij met een TikTok-challenge genaamd “#ArtsEdNow”, hiermee kunnen deelnemers een prijs winnen voor hun school. Het doel van deze campagne is veelzijdig, enerzijds willen zij kunststudenten een medium geven om hun mening op een creatieve manier te tonen, anderzijds willen ze reclame maken voor het kunstonderwijs.*



*Meer info: <https://www.artsednj.org/artsednow-tiktok-challenge/>*

#### 1.4.4 Mijn TikTok beperkt?!

Naast de interessante kenmerken zijn er uiteraard ook nadelige elementen, zo is er sprake van tijdsbeperking, censuur en privacy-problematiek. Deze worden in dit hoofdstuk toegelicht.

##### **Beperkte tijd**

Bij het maken van een TikTok-video is er een tijdslimiet. De video's kunnen slechts drie tot maximaal vijftien seconden lang zijn. Een boodschap overbrengen in die korte tijd is niet altijd evident, vandaar is het aan de gebruiker om alles zo creatief en duidelijk mogelijk voor te stellen.

Wanneer men meerdere video's met elkaar wil verbinden, wordt de lengte beperkt tot maximaal één minuut. Om deze te verbinden, biedt de applicatie een standaard video editor aan.

##### **Censuur**

Buiten China is er bij TikTok ook regelmatig sprake geweest van censuur. Zo kwam in 2019 uit dat er in Berlijn medewerkers waren die specifiek de taak kregen om video's van gehandicapte -, obese - en transgendergebruikers te beperken in verspreiding. Daarnaast was er ook de kwestie van de verwijderde TikTok van een zeventienjarige Amerikaanse tiener die kritiek uitte op de opvoedingskampen in China.

De Chinese app *Douyin* (het Chinese equivalent van TikTok) met aparte servers moet voorkomen dat de Chinese bevolking in aanraking komt met de Westerse gebruikers. Zo kan de Chinese regering haar strenge controles uitvoeren en zicht hebben op wat

er in hun sociale media gebeurt. Aangezien ByteDance, het moederbedrijf achter TikTok, nog steeds een Chinees bedrijf is, stelt men zich vaak de vraag of er met TikTok geen spionageluik ontstaat waardoor de Chinese overheid zich heeft op zaken in de Westerse wereld.

### **Privacy – problematiek**

Net als eender ander sociaal medium neemt TikTok het niet zo nauw met de privacy-regulering, zo kwam het de laatste tijd vaak in de actualiteit.

Begin december 2020 waarschuwde minister van Justitie Vincent Van Quickenborne voor het downloaden van TikTok op apparaten die gevoelige informatie bevatten. Tot nu toe zijn er nog geen vastgestelde gevallen van spionage of datalekken, maar de toegangsrechten van TikTok gaan zeer breed. Zo heeft de applicatie toegang tot je locatie, de video's die je deelt, de gebruikte verbindingen, je adresboek... Anderzijds kunnen we stellen dat het negatief belichten van TikTok in kader van privacy enkel te maken heeft met politieke connecties. Zo stelde privacy-activist en jurist Matthias Dobbelaere-Welvaert dat Amerikaanse bedrijven zoals Google, Facebook en Instagram dezelfde privacy-problemen hebben. Volgens hem is de oproep van de minister eerder een manier om het volk in een bepaalde richting te sturen.

In Nederland en Frankrijk loopt er momenteel een onderzoek naar welke gegevens TikTok van haar gebruikers verzamelt. Deze onderzoeken kwamen er nadat in Amerika en India al een verbod voor de applicatie kwam. Ook de Belgische overheid heeft geen zicht op zaken als de locatie van de servers, hoelang en waar beelden en gegevens bewaard worden... aangezien het gaat om een Chinees moederbedrijf. Omwille van het politieke regime in China stellen veel deskundigen zich toch de vraag of TikTok wel zo onschuldig is als het lijkt.

Een ander mogelijk probleem is dat volgens de standaardinstellingen een profiel altijd openbaar is. Iedereen kan het dus bekijken. Wanneer iemand jouw filmpje gebruikt dan hoeft hij er zelfs geen toestemming voor te vragen (tenzij het voor commerciële doeleinden is). Daarnaast wordt er de laatste maanden veel gewaarschuwd voor aanwezige pedofielen die contact proberen te leggen met minderjarigen. Het sociale medium zelf doet haar best om via de richtlijnen zoveel mogelijk gevaren af te wenden (denk aan het verbod op naaktbeelden).

### **Misleidende informatie**

In België zijn er regels voor het maken van reclame voor bijvoorbeeld televisiezenders. Met de boom van sociale media waaronder TikTok verschuift de reclame ook mee naar zulke media. Videoplatformdiensten nemen het momenteel nog niet zo nauw met de reclameregeling, maar hier zou in de toekomst wel eens verandering in kunnen komen. Zo stond onder een YouTube-video van het populaire CEMI dat de video geen betaalde samenwerking of gekregen producten bevatte, terwijl het stel in de video hun eigen kledingcollectie bij ZEB ging ontdekken in de winkel.

Daarnaast zijn sociale media niet altijd betrouwbaar. Eind december 2020 dook er een kerstboodschap op van de Britse zender Channel 4 waarin de Queen een speech houdt en zelfs een TikTok-dansje doet. Uiteindelijk blijkt dat deze video een knap staaltje *deepfake* is en dus volledig nep. Met deze boodschap wil Channel 4 waarschuwen voor nepnieuws en ons tweemaal laten nadenken bij wat we zien of lezen.

## 1.5 Motivatie en TikTok

In dit hoofdstuk worden het thema motivatie (1.3) en TikTok (1.4) aan elkaar gekoppeld. Door middel van een wetenschappelijke invalshoek wordt de positieve invloed van TikTok op de motivatie van de leerlingen besproken.

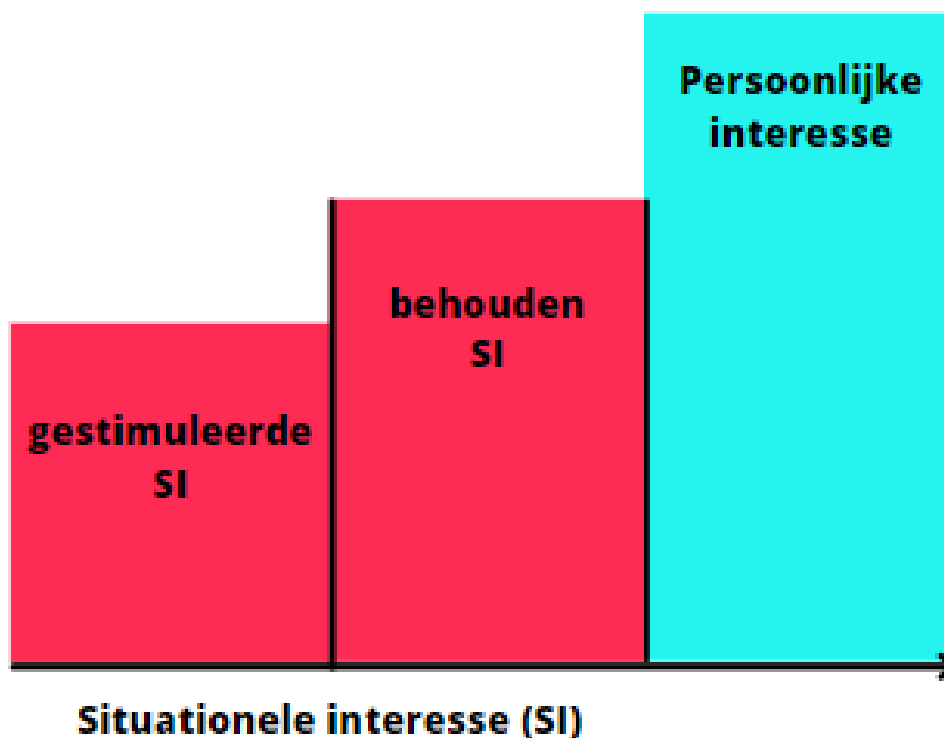
### 1.5.1 De leefwereld van de leerling

Volgens de onderzoekers Suzanne Hidi en Ulrich Schiefele zijn er twee soorten interesse: situationele interesse en persoonlijke interesse. Met situationele interesse wordt interesse gewekt door middel van een prikkel uit de omgeving. Dit zou bijvoorbeeld een specifieke werkvorm, een bepaald materiaal... kunnen zijn. De persoonlijke interesse heeft te maken met de voorkeur van een individu. Zo kan een bepaald vak of een bepaald lesthema leerling A prikkelen, maar leerling B juist niet, het is een interne factor.

Door regelmatig situationele interesse te wekken bij een lesthema (behouden SI), bestaat de mogelijkheid dat een leerling ook persoonlijke interesse hiervoor ontwikkelt.

#### TikTok is hip

De populariteit van het sociale medium is een feit. Met achthonderd miljoen actieve gebruikers per maand en één biljoen bekeken video's per dag is de hype rond TikTok nog niet uitgewaaid. Door TikTok als materiaal te gebruiken om situationele interesse te wekken (gestimuleerde SI), vergroot de motivatie van de leerlingen.



## 2 Ontwerpen

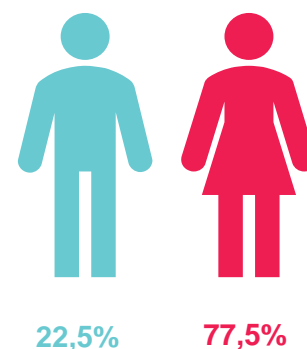
### 2.1 Bevraging: een visie op TikTok in de klas

Om de visie van leerkrachten op TikTok als leermiddel in te les in kaart te brengen, wordt er een bevraging afgenomen gedurende een periode van twee weken (16 november 2020 tot en met 30 november 2020). Hieronder worden de resultaten van deze bevraging besproken.

#### Populatiegegevens

Mijn populatie bestaat uit 120 leerkrachten waarvan 77,5% vrouwen en 22,5% mannen. Hierin zien we de vaak genoemde “feminisering van het onderwijs” naar voor komen.

Volgens cijfers van het SERV, de Sociaal – Economische Raad van Vlaanderen, zouden vier op de tien leerkrachten in het secundair onderwijs mannelijk zijn. In mijn bevraging zijn mannelijke leerkrachten bijgevolg minder vertegenwoordigd.



#### Sociale media in de vrije tijd

De helft van de populatie (50,8%) geeft aan sociale media **twee tot drie uur per dag** te gebruiken voor privégebruik. Dit loopt in lijn met de cijfers van 2019, toen bleek dat Belgen gemiddeld 1u en 31 minuten per dag op sociale media spenderen. De toename van dit cijfer zou te wijten kunnen zijn aan de corona-crisis.

Daarnaast geeft een derde (34,2%) aan sociale media maximaal één uur per dag te raadplegen. De overige bevragden (15%) spendeerde meer dan drie uur per dag aan sociale media.

Alle leerkrachten hebben gehoord van TikTok, maar **slechts 33,3% gebruikt** het zelf. Eén op vier (25,8%) bekijkt *content* van andere TikTok-gebruikers. Een minderheid (7,5%) geeft aan *content* te bekijken van anderen en ook zelf *content* te maken.

Van de 66,7% die aangaf geen TikTok te gebruiken, wijt 75% dit aan een **gebrek aan interesse** voor het medium. Ze vinden TikTok gewoonweg niet interessant of hebben geen behoefte aan nog een sociaal medium. Slechts 23,8% gebruikt TikTok niet omwille van wantrouwen met betrekking tot privacy en censuur. **Eén op de acht bevragden geeft aan te weinig kennis te hebben van TikTok en hierdoor het niet te gebruiken.**

De redenen om TikTok te gebruiken schuilen vooral in ontspanning, graag creatief en/of muzikaal bezig zijn, omdat ze graag mee zijn met de technologische hypes, omdat ze graag *content* bekijken van anderen of omdat vrienden en familie dit ook hebben.

De leerkrachten die zelf TikToks maken doen dit voornamelijk als ontspanning of omdat ze graag creatief en/of muzikaal bezig zijn. Eén leerkracht gaf aan dat hij TikTok vooral gebruikt omdat vrienden hem uitdagen *challenges* aan te gaan en *likes/volgers* te verzamelen.

**Redenen om TikTok in de klas te gebruiken**

Het merendeel van de leerkrachten geeft aan dat ze TikTok zouden gebruiken omdat het aansluit bij de **leefwereld** van hun leerlingen. Ook zien de meeste leerkrachten "**creativiteit**" als dé sterkte van TikTok.

TikTok als tool voor **instructiefimpjes** of als **inleiding** in de motivatiefase zijn veelvoorkomende lesideeën. Enkele leerkrachten zien het zitten om hun leerlingen TikTok te laten gebruiken als **presentatietool** in kader van een opdracht rond spreekvaardigheid.

**Redenen om TikTok niet in de klas te gebruiken**

Veel leerkrachten geven aan niet te weten hoe ze **educatieve TikToks** kunnen **vinden** in de massa aan materiaal op het medium. Daarnaast vinden ze het ook moeilijk om deze **in context van de les** plaatsen zodat het voor de leerlingen duidelijk is dat het om leerstof gaat en niet om entertainment.

Ook **privacy** blijft een grote factor waarom leerkrachten TikTok als leermiddel zouden afzweren, jongeren zijn een kwetsbare doelgroep en zijn zich vaak niet bewust van de gevaren van sociale media. Aangezien TikTok al berucht is omwille van haar privacy-kwesties, lijkt het hen geen goed idee.

Sociale media zijn een deel van het privégebeuren van jongeren, door je als school hierin te mengen zou volgens enkele bevraagde leerkrachten de lijn tussen **privé en school** vervagen. Dit kan voor beide partijen nadelig zijn.

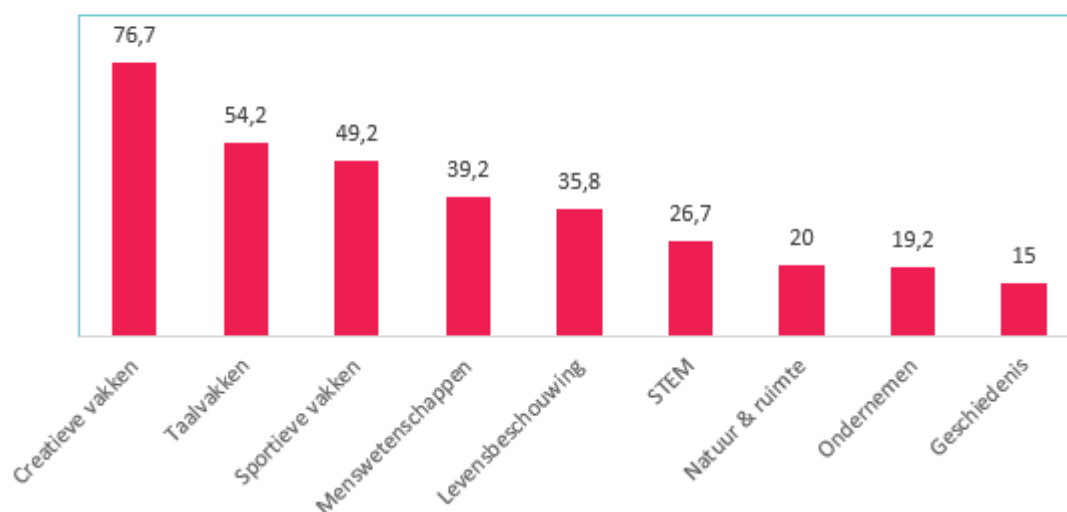
Ten slotte haalt 10% aan dat ze geen ervaring hebben met het medium, onvoldoende ondersteuning vinden om zich hierin bij te scholen en bijgevolg afgeschrikt worden door **onwetendheid**.



### TikTok in de klas

Het grote merendeel van de leerkrachten (76,7%) geeft aan dat zij TikTok vooral zouden inzetten bij de **creatieve vakken** zoals plastische opvoeding, muzikale opvoeding, PKV... 54,2% geeft aan dat TikTok als leermiddel nuttig zou kunnen zijn binnen **taalvakken**. Vervolgens behalen **sportieve vakken** (lichamelijke opvoeding, bewegingsrecreatie...) net geen meerderheid (49,2%). **Menswetenschappen** komt op de vierde plaats met 39,2%.

## BINNEN WELKE VAKKEN ZOU DE LEERKRACHT TIKTOK INZETTEN?



De minst gekozen vakgebieden (STEM, natuur & ruimte, ondernemen en geschiedenis) worden vooral door de vakleerkrachten zelf niet aangeduid. Zo geven 17 van de 25 bevraagde STEM-leerkrachten aan dat ze TikTok binnen STEM-vakken niet zouden inzetten.

## 2.2 Leeractiviteiten met TikTok

In dit hoofdstuk worden de kijkwijzer en website geanalyseerd en besproken. Ook het recente nieuws dat TikTok werkt aan een educatieve versie wordt toegelicht.

### 2.2.1 #MakeYourClass

Op het expertpanel in Facebook vertellen verschillende leerkrachten hoe zij TikTok integreren in hun les. Zo vertelt een leerkracht Engels hoe haar studenten een voice-over maakten op beelden van een serie om zo hun Engelse uitspraak te oefenen. Een andere leerkracht Engels liet haar leerlingen een TikTok uitkiezen en beschrijven in de *present continuous* wat degene(n) in het fragment doen.

Voor geschiedenis gaf een leerkracht de afstandsopdracht om te gaan wandelen in het dorp waar ze wonen en utilitaire bouwwerken te verwerken in hun TikTok. Bijkomend dienden de leerlingen dan een begeleidende tekst in waarin de bouwwerken werden toegelicht.

In een derde en vierde jaar verzorging leerden de leerlingen de juiste handwas-techniek door middel van een TikTok. De leerkracht merkt op dat dit beter bleef hangen en de leerlingen de leerstof leuker vonden.

In een vierde jaar kregen de leerlingen als opdracht om wiskundige eigenschappen toe te lichten aan de hand van ICT. Enkele leerlingen kwamen op het idee om een TikTok te maken over de eigenschappen van evenwijdige en loodrechte lijnen.

Bij integrale opdrachten laat een leerkracht haar leerlingen een onderzoek uitvoeren naar de applicatie TikTok en de *challenges*. De leerlingen kiezen zelf een *challenge* en voeren hem uit.

Ten slotte zijn er leerkrachten die TikTok inzetten als alternatief op het klassieke “voorstelrondje”, voor het maken van een eigen muziekclip of om leerlingen een fragment te laten maken over de leefregels op school. Verschillende leerkrachten vertellen dat hun school TikTok enkel gebruikt voor promotie en reclame (opendeurdag, *vloggen*...).

### **#MakeYourClass**

De kijkwijzer en website die het product vormen van deze bachelorproef worden kort toegelicht in deze passage. Ook worden er enkele bedenkingen en mogelijke uitbreidingen aangekaart.

### **Kijkwijzer #MakeYourClass**

De kijkwijzer is opgebouwd in vier delen. Allereerst staat er een korte inleiding om toe te lichten hoe de kijkwijzer en de bijbehorende website werken. De volgende drie delen beslaan telkens een aspect over werken met TikTok. Het eerste deel gaat vooral over de voorbereiding (ook technisch) en bijvoorbeeld de privacyregels. Het tweede deel bespreekt educatieve TikToks en geeft links naar bestaande fragmenten. Ten slotte is er een deel over communicatie. Het is de bedoeling dat de leerkracht de QR-code inleest en zo doorverwezen wordt naar de gekoppelde webpagina waar hij meer uitleg en concrete voorbeelden vindt.

Weliswaar moet de leerkracht beschikken over een basiskennis ICT en eventueel een applicatie om QR-codes in te scannen om de kijkwijzer te kunnen gebruiken. De kijkwijzer kan verder uitgebreid worden met meer thema's zoals een uitgebreidere technische uitleg en mogelijks binnenkort de educatieve toevoeging van TikTok.

### **Makeyourclass.weebly.com**

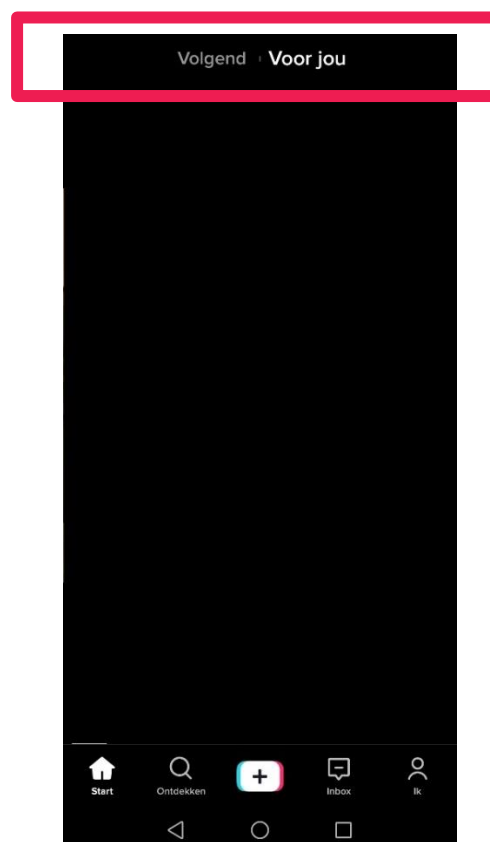
De website [makeyourclass.weebly.com](http://makeyourclass.weebly.com) is gemaakt met Weebly. Wanneer je naar de website surft, kom je op de startpagina. Als je in de mobiele versie van de website gebruikt, bevindt zich de hamburgerknop om het menu te bekijken, bij de browserversie staan de menu-*items* op de startpagina. Ten eerste staat er de startpagina gevolgd door “Vooraf”. In “Vooraf” worden de stappen besproken die de leerkracht onderneemt vooraleer hij aan de slag gaat met TikTok in de klas. Naast de technische voorbereiding wordt ook een gedeelte mediawijsheid aangehaald. Ten derde is er de pagina “Educatieve TikToks”, hierop vindt de leerkracht hoe hij educatieve fragmenten kan vinden en concrete voorbeelden van educatieve TikToks. De vierde pagina “Communicatie” bespreekt de nodige communicatie die moet gebeuren naar de directie en ouders, maar ook de afspraken die je dient te maken met leerlingen. Ten slotte is er een contactpagina.

Gedurende het testen van de website dook het probleem op dat de TikToks op de pagina "Educatieve TikToks" niet inladen. Dit ligt vermoedelijk aan het achterliggende JavaScript, de link die Weebly legt met TikTok of een serverfout. Aangezien Weebly slechts beperkte mogelijkheden heeft en er geen toegang is tot de *sourcecode*, is dit een *error* waaraan op dit platform niets gedaan kan worden. De website kan verder uitgebreid worden met meer thema's zoals een uitgebreidere technische uitleg en mogelijks binnenkort de educatieve toevoeging van TikTok.

## 2.2.2 Educatieve plannen van TikTok

In 2020 gaf TikTok aan hun platform te willen inzetten voor educatie. Zo bleek dat tijdens de corona-crisis veel gebruikers de *how-to-video's* en andere educatieve *content* waardeerden en als een leidraad gebruikten om bij te leren. Om deze groei te stimuleren, lanceerden ze de *hashtag* #LearnOnTikTok. Ook contacteerden ze instellingen en bedrijven om educatieve *content* te maken en te posten op hun medium. Door deze initiatieven springt ook TikTok mee op de kar van *e-learning* en *micro-learning*.

In november 2020 werden door verschillende gebruikers en *social media watchers* een nieuw menu-*item* "Learn" gerapporteerd. Naast "For You" en "Following" zou het medium werken aan een derde menu-*item* dat specifiek bedoeld is voor bijleren. In deze pagina zou enkel educatieve *content* gebundeld worden. Momenteel lopen er tests met dit derde menu-*item* in het Verenigd Koninkrijk.



*Screenshot TikTok-interface*

## Besluit

Het is belangrijk om jongeren te motiveren vanuit zichzelf, dan zien ze het nut van de leerstof of hebben ze een passie voor het thema. De motivatie is bijgevolg onafhankelijk van externe factoren. Leerlingen worden gemotiveerd door opdrachten volgens het ABC-model, met eventuele toevoeging van de factor “waarde”.

TikTok is een sociaal medium met een focus op *media sharing*. Het doel berust in het delen (*sharen*), becommentariëren en aanbevelen van TikToks. Het mediamateriaal (TikToks) zijn korte zelfgemaakte video's die vaak dans en muziek bevatten.

De motivatie van leerlingen wordt positief beïnvloedt door TikTok omwille van situationele interesse. Het vormt een tool uit de leefwereld die leerlingen motiveert om te leren over een bepaald lesonderwerp. Mogelijks biedt dit een toegangspoort om leerlingen ook persoonlijk te interesseren voor een bepaald thema. Vooral binnen creatieve vakken, taalvakken, sportieve vakken en menswetenschappen zien leerkrachten de mogelijkheid om TikTok in te zetten als leermiddel.

De bevroegde leerkrachten geven aan TikTok wel te willen gebruiken omwille van de aansluiting bij de leefwereld van de leerlingen. Daarnaast heeft het ook een positieve invloed op het creatief denken en de zelfexpressie. Ze zouden het voornamelijk inzetten in de motivatiefase als inleiding van een thema, als instructiefilm of als presentatietool bij bijvoorbeeld een spreekopdracht.

Het overaanbod blijkt een grote reden om TikTok niet in te zetten. Leerkrachten lopen verloren in alle video's en vinden het moeilijk om materiaal te vinden dat aansluit bij hun les. Ook het integreren in de lescontext lijkt hen moeilijk. Ze vrezen dat de leerlingen TikTok zullen zien als entertainment en niet in functie van de les. Daarnaast stellen sommige leerkrachten zich vragen bij de privacyregels van TikTok, ze zijn bezorgd dat jongeren te kwetsbaar zijn. De mogelijke vervaging van de grens tussen privé en school blijkt ook een struikelpunt.

Er zijn twee bedenkingen bij dit onderzoek. Enerzijds zijn mannelijke leerkrachten secundair onderwijs te weinig vertegenwoordigd in de bevraging. Slechts twee op tien nam deel terwijl uit onderzoek blijkt dat vier op tien leerkrachten mannelijk zijn. Anderzijds is er bij “Motivatie en TikTok” de mogelijkheid om dit in de klaspraktijk uit te testen door middel van observaties. Dit is niet gebeurd omwille van corona- en organisatorische restricties.

Kortom, TikTok is geschikt als leermiddel in het onderwijs. Het heeft net als andere tools uiteraard voor – en nadelen waarmee een leerkracht rekening dient te houden. Wellicht worden de risico-elementen in de toekomst weggewerkt wanneer TikTok haar educatieve versie lanceert. Met het product van deze bachelorproef, de kijkwijzer en de informatieve website, krijgen leerkrachten alvast een hulpmiddel om TikTok als leermiddel binnen hun onderwijsvak te integreren.

## Literatuurlijst

#ArtsEdNow TikTok Challenge | Arts Ed NJ. (z.d.). Geraadpleegd op 8 september 2020, van <https://www.artsednj.org/artsednow-tiktok-challenge/>

Dierckx, L., Janssen, T., Trio, M., & Orye, A. (2017). *Opvoedkunde 2a Motivatiepsychologie*. Geraadpleegd van [https://blackboard.pxl.be/webapps/blackboard/execute/displayLearningUnit?course\\_id= 13583\\_1&content\\_id= 98799\\_1](https://blackboard.pxl.be/webapps/blackboard/execute/displayLearningUnit?course_id= 13583_1&content_id= 98799_1)

Evers, F. (2020, 15 december). 'Onze privacy wordt elke minuut, wat zeg ik, elke seconde geschonden'. Geraadpleegd op 10 januari 2021, van <https://www.demorgen.be/nieuws/onze-privacy-wordt-elke-minuut-wat-zeg-ik-elke-seconde-geschonden~b9b17efe/#:%7E:text=Matthias%20Dobbelaere%2DWelvaert-,'Onze%20privacy%20wordt%20elke%20minuut%2C%20wat,zeg%20ik%2C%20elke%20seconde%20geschonden'&text=Maar%20nu%20is%20het%20alle,er%20drones%20boven%20onze%20tuin.>

*Hoe talenten stimuleren bij cognitief sterke leerlingen via Lesson Study: de voorstelling van een inspiratiemodel*. (z.d.). Geraadpleegd op 15 januari 2021, van <https://www.projecttalent.be/thema/leren-en-motivatie/artikel/103-hoe-talenten-stimuleren-bij-cognitief-sterke-leerlingen-via-lesson-study-de-voorstelling-van-een-inspiratiemodel>

Iqbal, B. O. (2020, 18 juni). *TikTok makes moves into education market*. Geraadpleegd op 15 januari 2021, van <https://www.bbc.com/news/technology-53079625>

Jacobs, P. (2020, 28 december). *Queen doet Tiktok-dansje voor Kerstmis*. Geraadpleegd op 10 januari 2021, van [https://www.standaard.be/cnt/dmf20201227\\_98051120](https://www.standaard.be/cnt/dmf20201227_98051120)

K. (2019, 2 september). *Motivatie om te leren: wat hebben 5 toonaangevende theorieën gemeenschappelijk?* DUURZAAM ONDERWIJS. Geraadpleegd van <https://duurzaamonderwijs.com/2019/09/02/motivatie-om-te-leren-wat-hebben-5-toonaangevende-theorieen-gemeenschappelijk/>

KIJK-redactie. (2019, 26 april). 'Een universele aandachtsspanne van mensen bestaat niet'. Geraadpleegd op 14 januari 2021, van <https://www.kijkmagazine.nl/nieuws/column-veldhuizen-aandachtsspanne/>

Kist, R., & Nieber, L. (2020, 4 februari). 'Ik zou mijn kind never, nooit op TikTok laten'. De Standaard. Geraadpleegd van <https://www.standaard.be>

Logo ByteDance. (z.d.). [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://www.bytedance.com/en/>

Logo Spectrumcollege. (z.d.). [Illustratie]. Geraadpleegd van <https://www.spectrumcollege.be/>

Lunden, I. (2020, 5 november). *TikTok tests a Learn tab to showcase education and how-to videos*. Geraadpleegd op 15 januari 2021, van <https://techcrunch.com/2020/11/05/tiktok-tests-a-learn-tab-to-showcase-education-and-how-to-videos/>

Marchandise, G. D. M. (2019, 4 februari). *Digital Report 2019: de cijfers voor België*. Geraadpleegd op 20 december 2020, van <https://www.ubabelgium.be/nl/news-insights/detail/2019/02/04/Digital-Report-2019-de-cijfers-voor->

---

[Belgi#: %7E:text=Belgen%20brengen%20gemiddeld%201u31%20per%20dag%20door%20op%20social%20media.](#)

Martin, M. (2020, 20 oktober). *Reclame of niet? Op YouTube, TikTok of Instagram is het voor kinderen vaak giswerk*. Geraadpleegd op 10 januari 2021, van <https://www.demorgen.be/nieuws/reclame-of-niet-op-youtube-tiktok-of-instagram-is-het-voor-kinderen-vaak-giswerk-ba7faa0f/>

NOS. (2019, 28 februari). *Populaire app TikTok schikt vanwege privacy schending kinderen*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <https://nos.nl/artikel/2273800-populaire-app-tiktok-schikt-vanwege-privacyschending-kinderen.html>

NOS. (2020, 28 januari). *"TikTok beperkte het bereik van video's van gehandicapten en transgenders"*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <https://nos.nl/artikel/2320589-tiktok-beperkte-het-bereik-van-video-s-van-gehandicapten-en-transgenders.html>

SERV. (2020, 26 augustus). *Nood aan diversiteit vooraan in de klas*. Geraadpleegd op 20 december 2020, van <https://www.serv.be/diversiteit/nieuws/nood-diversiteit-vooraan-klas>

*Staatsveiligheid raadt Tiktok af op gsm of laptop van je werk*. (2020, 12 december). Geraadpleegd op 10 januari 2021, van [https://www.standaard.be/cnt/dmf20201212\\_96354120](https://www.standaard.be/cnt/dmf20201212_96354120)

Snakenborg, N. (2020, 6 maart). *1 miljoen TikTok gebruikers in Nederland*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <http://www.multiscope.nl/persberichten/1-miljoen-tiktok-gebruikers-in-nederland.html>

StÖVe, H. (2019, 24 augustus). *Waarom de app TikTok razend populair is onder jongeren*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <https://www.parool.nl/kunst-media/waarom-de-app-tiktok-razendpopulair-is-onder-jongeren~b6d2db0e/?referer=https%3A%2F%2Fnl.wikipedia.org%2F>

Verrycken, R. (2019, 30 november). *Tiener enerveert China met vermomde aanklacht over Oeigoerse repressie op TikTok*. De Tijd. Geraadpleegd van <https://www.tijd.be>

Vlaams Parlement. (2020, 4 september). *Coronacrisis - Leerkracht als knelpuntberoep*. Geraadpleegd op 20 december 2020, van <http://docs.vlaamsparlement.be/pfile?id=1599242>

*Wat is TikTok?* (z.d.). Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <https://www.medianest.be/wat-tiktok>

Williams, K. (2020). *TikTok Quarterly First-Time Installs Since 2016* [Grafiek]. Geraadpleegd van <https://sensortower.com/blog/tiktok-revenue-downloads-2019>

## Bijlagen

### Bijlage 1: Planning

# PLANNING

BACHELORPROEF 2020 - 2021

**MEI - JUNI 2020**

<p style="text-align: center; margin: 0;">ORIËNTEREN, RICHTEN + PLANNEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● PROBLEEMSTELLING</li> <li>● ONDERZOEKSVRAGEN</li> <li>● ONDERWERP VERKENNEN</li> <li>● PLANNING OPSTELLEN</li> </ul>	<p style="text-align: center; margin: 0;">VERZAMELEN, ANALYSEREN + CONCLUDEREN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● BRONNEN VERZAMELEN</li> <li>● LITERATUURSTUDIE</li> <li>● RESULTAAT DEELVRAGEN</li> </ul>
---	---

**SEPTEMBER - OKTOBER 2020**

VERZAMELEN, ANALYSEREN & CONCLUDEREN

<ul style="list-style-type: none"> <li>● BEVRAGING OPSTELLEN</li> <li>● RESULTAAT DEELVRAGEN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EXTERNE PARTNER VINDEN</li> <li>● EXPERTPANEL</li> </ul>
---	---

**NOVEMBER 2020**

<p style="text-align: center; margin: 0;">TUSSENTIJDSE EVALUATIE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● VERKENNEND ONDERZOEK</li> <li>● ZELFEVALUATIE ICT</li> <li>● ENGAGEMENTSVERKLARING</li> </ul>	<p style="text-align: center; margin: 0;">VERZAMELEN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● BEVRAGING LANCEREN</li> <li>● BEVRAGING PROMOTEN</li> </ul>
---	---

**DECEMBER 2020**

ONTWERPEN

- KIJKWIJZER LLN/LKR
- ANALYSE ENQUÊTE-RESULTATEN

**JANUARI 2021**

PRESENTEREN

- PRESENTATIE, VIDEO EN SAMENVATTING MAKEN
- 18/01 INDIENEN BP
- 27/01 VERDEDIGING BP

## Bijlage 2: Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs



### Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

Beste deelnemer

Allereerst wil ik u hartelijk bedanken voor uw deelname aan dit onderzoek in kader van mijn bachelorproef.

Met deze studie onderzoek ik de mogelijkheden om de applicatie TikTok te gebruiken als leermiddel binnen de lessen secundair onderwijs. Uiteraard ben ik geïnteresseerd in de visie van leerkrachten secundair onderwijs over dit thema. Met deze bevraging hoop ik een beeld te krijgen van wat de verschillende standpunten hierover zijn.

Wenst u meer uitleg of wil u graag iets kwijt, dan kan u mij altijd bereiken via [maja.adriaens@student.pxl.be](mailto:maja.adriaens@student.pxl.be).

Met vriendelijke groeten

Maja Adriaens

\*Vereist

E-mailadres \*

Je e-mailadres

Volgende

Pagina 1 van 10





## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Persoonlijke gegevens

Om een goed beeld te krijgen van de leerkrachten die deze bevraging invullen, zijn er eerst enkele persoonlijke vragen.

Wat is uw geslacht? \*

- Man
- Vrouw
- Anders: \_\_\_\_\_

Binnen welke leeftijdscategorie valt u? \*

- < 25 jaar
- 26 tot 30 jaar
- 31 tot 35 jaar
- 36 tot 40 jaar
- 41 tot 45 jaar
- 46 tot 50 jaar
- 51 tot 55 jaar
- 56 tot 60 jaar
- > 60 jaar

Welke onderwijsvakken geeft u? \*


- Aardrijkskunde
- Bedrijfsorganisatie (Handel-burotica)
- Bewegingsrecreatie
- Biologie of fysica (incl. natuurwetenschappen)
- Economie
- Engels
- Frans
- Geschiedenis
- Gezondheidsopvoeding
- Informatica
- Latijn
- Lichamelijke opvoeding
- Mens & samenleving
- Plastische opvoeding
- Nederlands
- Niet-confessionele zedenleer
- PAV
- PKV
- Rooms-katholieke godsdienst
- Techniek (STEM)
- Wiskunde
- Muzische opvoeding
- Zorg en welzijn

Hoeveel jaar ervaring heeft u **in de onderwijssector**? \*

- < 1 jaar
- 1 tot 5 jaar
- 6 tot 10 jaar
- 11 tot 20 jaar
- 21 tot 30 jaar
- 31 tot 40 jaar
- > 40 jaar

Vorige

Volgende

 Pagina 2 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Sociale media in uw vrije tijd

Hoeveel uur per dag raadpleegt u sociale media **voor privégebruik**? \*

- 0 tot 1
- 2 tot 3
- 4 tot 5
- 6 tot 7
- 8 tot 9
- > 10


Heeft u al gehoord van TikTok? \*

TikTok is een sociaal medium waarmee korte video's (TikToks) gemaakt, bekeken en gedeeld kunnen worden.

Ja

Nee

Wat is TikTok?



Deze video legt kort en bondig (+- 1 min.) uit wat TikTok is.

Gebruikt u TikTok? \*

Ja, ik bekijk content van anderen en maak zelf ook TikToks.

Ja, ik bekijk content van anderen.

Neen, ik gebruik geen TikTok.


Vorige Volgende

Pagina 3 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Ik bekijk en ik maak TikToks

Waarom heeft u een TikTok-account? \*

- Ik bekijk graag content van andere mensen om bijvoorbeeld inspiratie op te doen.
- Ik maak graag content zodat anderen deze kunnen bekijken.
- Ik ben graag creatief en/of muzikaal bezig.
- Ik ben graag mee met de technologische hypes.
- Mijn vrienden en/of familie gebruiken ook TikTok.
- Als ontspanning.
- Anders: \_\_\_\_\_

Waarom maakt u zelf TikToks. \*

- Ik maak graag content zodat anderen deze kunnen bekijken.
- Ik ben graag creatief en/of muzikaal bezig.
- Als ontspanning.
- Om de meeste likes/het meeste volgers te krijgen.
- Anders: \_\_\_\_\_

Vorige      Volgende

Progress bar: [-----] Pagina 4 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

[Deze content is niet gemachtigd of goedgekeurd door Google.](#) [Misbruik rapporteren](#) [Servicevoorwaarden](#)  
[Privacybeleid](#)

Google Formulieren



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Ik heb geen TikTok-account

Waarom gebruikt u de applicatie TikTok niet? \*

- Ik zou graag TikTok gebruiken, maar ik weet niet hoe.
- Ik vind TikTok niet interessant.
- Ik vertrouw TikTok niet (privacy, censuur...).
- Anders: \_\_\_\_\_

Vorige

Volgende

Pagina 6 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Didactiek

De leerkracht in de klas

Rangschik de didactische werkvormen naargelang voor u van toepassing is. \*

Degene die u het meest gebruikt, is uw eerste keus (1). Degene die u het minst gebruikt, is uw vijfde keus (5).

	Instructievormen (Doceren, demonstreren...)	Gespreksvormen (OLG, klasgesprek, groepsdiscussie...)	Samenwerkingsvormen (Groepswerk, duowerk...)	Zelfstandig leren (BZL, hoekenwerk/contr...
Eerste keus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tweede keus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Derde keus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vierde keus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Op een schaal op van 0 tot 10, hoe open staat u ten opzichte van technologische vernieuwingen in uw lespraktijk? \*

0 = ik sta enkel open voor traditioneel onderwijs zonder technologische vernieuwing 10 = ik sta open voor vernieuwend onderwijs met technologische innovatie

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Vorige

Volgende


Pagina 7 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren





## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Audiovisueel materiaal

Welke vormen van audiovisueel materiaal gebruikt u ter ondersteuning van uw lessen? \*

- Liedjes (muziek)
- Filmfragmenten
- Afbeeldingen en foto's
- Schema's, mindmaps...
- Instructievideo's
- Kennisclips
- Youtube-video's
- Luisterfragmenten
- Ik gebruik geen audiovisueel materiaal ter ondersteuning van mijn les.
- Anders: \_\_\_\_\_

Maakt u zelf ook audiovisueel materiaal ter ondersteuning van uw lessen? \*

Ja

Nee

Vorige Volgende

Progress bar: Pagina 8 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulier.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Mishandelen](#) [rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [PRIVACYBELEID](#)

Google Formulier



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

\*Vereist

### Didactiek en TikTok

Waarom zou u TikTok **wel** als leermiddel inschakelen tijdens uw lessen? \*

Jouw antwoord

---

Waarom zou u TikTok **niet** als leermiddel inschakelen tijdens uw lessen? \*

Jouw antwoord

---

Wat zou u belangrijk vinden als u aan de slag gaat met TikTok als leermiddel? \*

- Duidelijke afspraken
- Communicatie naar de ouders
- Beleid rond smartphones op school
- Advertentiefilter (de mogelijkheid om te filteren welke reclame de leerlingen zien in TikTok)
- Anders: \_\_\_\_\_

Binnen welk(e) vakgebied(en) lijkt het u interessant om aan de slag te gaan met TikTok als leermiddel? \*

- Talen (Nederlands, Frans, Engels, Latijn...)
- STEM (Techniek, informatica, wiskunde...)
- Creatieve vakken (Beeld, PKV, PAV, muziek...)
- Levensbeschouwing (RZL, NCZ...)
- Natuur & ruimte (Aardrijkskunde, biologie, fysica, chemie, natuurwetenschappen)
- Sport (Lichamelijke opvoeding, bewegingsrecreatie...)
- Ondernemen (Economie, handel-burotica, bedrijfsorganisatie...)
- Menswetenschap (Zorg en welzijn, mens & samenleving, gezondheidsopvoeding...)
- Geschiedenis

Vorige

Volgende

Pagina 9 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.

Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren



## Bevraging: TikTok als leermiddel in het secundair onderwijs

Hartelijk bedankt voor het invullen van de bevraging!

Zit u met vragen of wil u graag iets kwijt? Contacteer mij via [maja.adriaens@student.pxl.be](mailto:maja.adriaens@student.pxl.be)

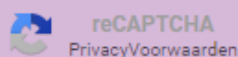
Stuur me een kopie van mijn antwoorden.

Vorige

Verzenden

Pagina 10 van 10

Verzend nooit wachtwoorden via Google Formulieren.



Deze content is niet gemaakt of goedgekeurd door Google. [Misbruik rapporteren](#) - [Servicevoorwaarden](#) - [Privacybeleid](#)

Google Formulieren

## Bijlage 3: Krantenartikel De Standaard – “Ik zou mijn kind never, nooit op TikTok laten”

### 'Ik zou mijn kind never, nooit op TikTok laten'

dS

De Standaard/dS Weekblad: Antwerpen - 01 Feb. 2020  
Pagina 24

*Het sociale netwerk TikTok discrimineerde lange tijd gehandicapten, homo's en transgenders. Maar pedofielen pakt het nauwelijks aan. Voormalige werknemers vertellen hoe zij worstelden met de richtlijnen, die erg vaag waren en slecht vertaald uit het Chinees. 'Het gebrek aan zorg om kinderen is schrijnend.' Reinier Kist en Lineke Nieber, foto's Fred Debrock*

Op de achtste verdieping van het WeWork-kantoor in West-Berlijn brandt nog licht. Voor de moderatoren van het populaire sociale netwerk TikTok zit de avondshift er bijna op. Het is oudejaarsavond 2018, vlak voor middernacht. Een van hun collega's heeft rond tien zijn monitor naar de lounge van het gebouw verhuisd. Op de bruine leren banken tussen de schapenvellen en vetplanten hangt hij met vrienden en bier om het computerscherm. De TikTok-werknemer beoordeelt de video's vanavond niet alleen. Ook zijn vrienden kunnen meedoen. Is deze vrouw te bloot? Mag dit kind paaldansen? Een jongen die van een balustrade naar beneden klettert, kan dat?

Bij TikTok - het voormalige Musical.ly - kijkt niemand op van de bezoekers. Ze zijn de losse werksfeer gewend. Er wordt bier gedronken tijdens avonddiensten. In het trapportaal wordt weleens wiet gerookt. Nu en dan komen vrienden en familieleden langs die op computerschermen kunnen meekijken. Een oud-medewerker realiseert zich nu, maanden later, dat iemand had moeten ingrijpen. Moderatoren hebben toegang tot veel privacygevoelige informatie - zelfs door gebruikers verwijderde video's zijn zichtbaar. En die gegevens mogen ze niet zomaar delen. 'Je stompt af. Op den duur is niks meer gek.'

De gebeurtenissen op oudejaarsavond staan niet op zichzelf. De Nederlandse krant NRC Handelsblad sprak de afgelopen maanden met drie oud-werknemers van TikTok, die op het Berlijnse kantoor Nederlandse en Duitse video's beoordeelden. Een vierde oud-moderator heeft de belangrijkste bevindingen op feitelijke wijze getoetst. Ze waren tot ver in 2019 werkzaam voor het bedrijf. Zij blijven anoniem, omdat ze in hun contract beloofd hebben niets over hun werkzaamheden naar buiten te brengen. Behalve over die gesprekken beschikte NRC ook over honderden pagina's aan geheime bedrijfsdocumenten en vele uren aan gespreksopnames tussen managers en werknemers. De reconstructie laat zien dat in het eerste jaar van TikTok het personeel én de gebruikers in de verdrinking kwamen door torenhoge groeiambities en onnavolgbare censuurregels. Een voormalige medewerker: 'Ik zou mijn kind never, nooit op TikTok laten.'

go bigger, be better

De zomer loopt in augustus 2018 al bijna ten einde als in de Berlijnse Oberwallstrasse de eerste dozen uit China worden afgeleverd. Bytedance, een Chinees techbedrijf met wereldwijde ambities, heeft een halfjaar eerder de populaire karaoke-app Musical.ly voor circa 700 miljoen overgenomen. Om maximaal te groeien is de app met het eigen netwerk TikTok samengevoegd.

TikTok is een platform voor ultrakorte video's. Gebruikers proberen in een split second de aandacht van een zo groot mogelijk publiek te trekken. De app loopt over van de creatieve, gekke en soms ook schokkende video's. Volgens het onderzoeksbureau Multiscope is de app het populairst onder tien-, elf- en twaalfjarigen.

Net als ieder ander sociaal medium heeft TikTok moderatoren nodig, medewerkers die de eindeloze stroom video's reguleren. Voor video's uit Nederland, Duitsland en Polen opent Bytedance later op de zomer een kantoor in Berlijn. Er moet met spoed personeel worden aangenomen.

Bytedance zoekt hoogopgeleide 'community content management specialists', meldt de vacature, die 'de veiligheid van onze online community' waarborgen. Wie zich aanmeldt, wordt vaak nog dezelfde dag teruggebeld. Kort daarop meldt zich de eerste ploeg nieuwe medewerkers uit Nederland, Polen en Duitsland voor de introductiecursus. Er worden T-shirts, tassen en stickers uitgedeeld met de 'bytestyles', de slogans van het bedrijf. 'Go bigger, be better' staat bij medewerkers op de borst. De sollicitanten is via Skype een glanzrijke toekomst voorgespiegeld. Ze beginnen met een klein team, straks zullen hier tweehonderd mensen werken, een werkplek met volop 'doorgroei mogelijkheden'.

Het team in Berlijn, zo is de nadrukkelijke belofte, zal de richtlijnen voor Europese TikTok-gebruikers opstellen. Het handboek voor nieuwe medewerkers schetst alvast de idealistische contouren: TikTok 'gelooft' dat 'ieder individu toegang wil tot informatie, zich wil uiten, en daarbij gezien en gewaardeerd wil worden door de rest van de wereld'. De medewerkers, jubelt de introductietekst, staan aan het begin van een 'betekenisvolle reis'.

Gelukzoekers

De eerste periode heerst er 'een gelukzoekersmentaliteit', herinneren oud-moderatoren zich. Hoewel er over de werkzaamheden veel onduidelijk is, en collega's in China lang niet allemaal vloeiend Engels spreken, vertrouwen de kersverse werknemers erop dat dit reguliere opstartproblemen zijn. Het jaarsalaris - ruim 34.000 euro plus bonussen - is naar Berlijnse begrippen aantrekkelijk, de sfeer feestelijk.

In het kantoor staat een pooltafel, een popcornautomaat en een koelkast vol met bier. De twintig medewerkers mogen drinken wat ze willen - dat doen ze ook. Hun leidinggevende, een jonge vrouw, 'feestte zelf mee', vertelt een oud-medewerker. 'Ze liep met een glas bier door kantoor. We waren op een schoolkamp terechtgekomen.'

TikTok groeit hard die eerste maanden. Investeerders, waaronder de Japanse multinational Softbank, steken 3 miljard dollar (2,7 miljard euro) in het moederbedrijf Bytedance. Dat geld wordt onder meer gebruikt voor een grootschalige marketingcampagne. Al in het eerste kwartaal wordt de app 200 miljoen keer gedownload. Inmiddels heeft TikTok wereldwijd ruim een miljard gebruikers.

Het succes zit 'm in de eenvoud: voor je het weet, swipe je urenlang van video naar video. Gebruikers kunnen elkaar volgen en berichten sturen. Het hart van de app is het 'Voor-jou-scherm': een etalage met aanbevolen video's. De selectie van die video's is voor iedere gebruiker uniek. Het doel: gebruikers zo lang mogelijk geboeid houden. En precies daarin blijken de moderatoren in Berlijn een cruciale rol te spelen.

Achter de tafeltjes in het Berlijnse kantoor groeit die weken de saamhorigheid. De werktijden zijn overzichtelijk, iedereen werkt tussen 10 uur 's ochtends en middernacht. Ze mogen gezamenlijk pauzeren. En als hun leidinggevende rond etenstijd naar huis vertrekt, gaat de koelkast met drank nog vaker open.

Maar terwijl bij sommigen de persoonlijke ambities ver reiken, blijkt het werk teleurstellend eenzijdig. Medewerkers moeten iedere dag duizend video's beoordelen. Het gaat om video's die gerapporteerd zijn en om materiaal dat door gebruikers veelbekeken is. Een video met meer dan vierduizend views belandt automatisch in hun wachtrij. En is een video meer dan tienduizend keer bekeken, dan wordt die opnieuw beoordeeld.

Moderatoren hebben grofweg drie opties: zij kunnen een video goedkeuren óf verhinderen dat die in de etalage - het Voor-jou-scherm - komt. Die video's zijn alleen zichtbaar voor wie ernaar zoekt of de afzender volgt. Daarnaast, en dat is de derde optie, kan het team video's per regio censureren. Zo krijgen gebruikers uit bijvoorbeeld overwegend islamitische landen specifieke (aanstootgevende) video's nooit te zien. Video's wissen of accounts afsluiten, dat is aan collega's in China.

#### Improvisatietheater

Moderatoren van sociale media werken met richtlijnen, een 'wetboek' waaraan elke video moet voldoen. Ook TikTok heeft zo'n handboek. Het probleem: vanaf dag één roept het reglement onuitputtelijk veel vragen op. Het circa vijftig pagina's tellende dossier is niet alleen klungelig uit het Chinees vertaald, de richtlijnen zelf (en de aanvullingen daarop) zijn bij vlagen onnavolgbaar of ronduit tegenstrijdig. Zo is er veel ruimte voor eigen interpretatie. 'Sexy dance' mag alleen in de fitness. Goths en punks mogen zich verkleden, tenzij het 'very creepy' is. 'Difficult users', een term voor gebruikers die de richtlijnen bijna overtreden, moeten uit het Voor-jou-scherm worden geweerd.

Andere regels zijn dan weer wonderlijk precies: een buik mag niet meer dan twee derde bloot zijn, een decolleté is toegestaan tot 50 procent (tenzij een gebruiker jonger is dan zeventien jaar, dan mag een decolleté bloot tot '1/3') en een zoen mag niet langer duren dan drie seconden. Bijna dagelijks komen er updates uit Peking. 'Het was een soort improvisatietheater: je holt van de ene maatregel naar de andere', vertelt een oud-moderator.

Medewerkers installeren op hun eerste werkdag de berichtenapp Lark op hun telefoon, van dan af komen dag en nacht berichten binnen. Wie aan een nieuwe shift begint, moet zich eerst door de berichtenstroom worstelen. Na een paar vrije dagen kan dat uren in beslag nemen. Medewerkers klagen bij leidinggevendenden dat het bijhouden van updates 'een fulltimejob' is, dat er niet één centrale plek is waar ze overzicht krijgen: op sheets, in Lark, overal zwerven regels rond.

Een kleine greep: moderatoren moeten letten op dokters en verpleegkundigen in beeld, omdat ze niet bijdragen aan het vrolijke karakter van het platform. Hetzelfde geldt voor tienermoeders, gevangenisstraf, buikdansen, twerken, tongzoenen, intieme begroetingen, alcohol, drugs, wietplanten, blote ruggen en te zware nadruk op borsten. Meer dan eens nemen de voorschriften absurde vormen aan. Op een dag wordt de richtlijn ingevoerd dat video's waarin 'grote honden zonder baasje' te zien zijn niet aan gebruikers in islamitische landen mogen worden getoond. 'Even if it's cute!' Honden zouden in die landen als onrein worden gezien. Later wordt de regel losgelaten.

#### Geen prettig gezicht

Langzaam krijgen medewerkers oog voor de gevolgen van hun werk. Ze plegen ingrijpende censuur. Ze maken dat 'ongewenste' video's een klein publiek krijgen, dat sommige gebruikers die nooit zullen zien.

Dat geldt in de eerste plaats voor politieke bijdragen. TikTok wil zich op geen enkele manier met politieke content associëren, luidt een richtlijn, zelfs niet als een video 'antiracistisch' is. Zo kan het dat video's over Sinterklaas en Zwarte Piet (of het verzet daartegen) alleen in Nederland te zien zijn. Dat Hongkong-protesten in die eerste periode op TikTok in feite niet bestaan. Moderatoren moeten elke 'funny video' censureren waarin de spot wordt gedreven met politici. Politieke symbolen als Koerdische vlaggen en het Grijs-Wolven-geslacht moeten worden beperkt.

Dat geldt ook voor alle content die naar homoseksualiteit of transgenders verwijst. Mannen die hand in hand lopen, een jongen die zich opmaakt, van al die video's wordt het bereik drastisch verkleind. Moderatoren moeten letten op 'regenboogorbellen of -polsbandjes' en op gebruikers met een regenboogvlag achter hun gebruikersnaam.

Andere medewerkers zitten met nog een ander dossier in hun maag: de lijst 'special users', voor wie speciaal beleid bestaat. Dat exceldocument bevat enkele tientallen gebruikers met hun profielfoto: de meeste geestelijk of lichamelijk gehandicapt, al staan er ook obese gebruikers op. Zonder dat die mensen het weten, worden hun video's door TikTok-medewerkers gecensureerd. Moederbedrijf Bytedance sust de gemoederen intern: het wil mensen beschermen tegen pesters. Minder views is minder commentaar. Maar de moderatoren vermoeden dat TikTok andere beweegredenen heeft: 'Gehandicapten zijn geen prettig gezicht in de tijdlijn.' Want waarom worden niet de pesters maar de slachtoffers gestraft? TikTok bevestigt in het verleden een 'botte aanpak' te hebben gehanteerd (zie inzet), het beleid zou inmiddels zijn aangepast.

#### Chatten over zelfverminking

December 2018. Bytedance verhuist zijn Berlijnse kantoor naar de flexplekken van het WeWork-kantoor, twee kilometer verderop. Medewerkers sjouwen zelf de dozen naar binnen. Aan de muur hangen bemoedigende teksten: 'Always day one.'

Met de verhuizing verandert ook de sfeer. Het contract is kort daarvoor aangepast. Moderatoren moeten ook op zondag en tot na middernacht werken. Dagdiensten worden schaarser, medewerkers worden vaker in de avonddienst ingezet. Ze werken officieel tot 1 uur 's nachts, maar verlaten vaak pas tegen 4 uur het pand. Het lukt hen niet om de targets te halen. Weekends zijn zogoed als nooit aaneengesloten, maar twee losse dagen verspreid over de week.

Vrijwel iedere klik van moderatoren in het systeem wordt bijgehouden. Iedere video wordt door twee moderatoren beoordeeld. Bij afwijkende oordelen bepaalt een hogergeplaatste collega wat het juiste oordeel is - op basis van die wiebelige richtlijnen. Wie zijn proeftijd wil overleven, moet 95 procent van de video's correct beoordelen.

En met de druk op targets vervaagt meer en meer de moraal. Jezelf (in dertig seconden) grondig afvragen of een video wel of niet kan, of wat je ziet misschien mensonterend is, die reflex raakt op de achtergrond. 'Je was vooral bezig met het eindoordeel van de supervisor. Alles om je targets op orde te houden.' En trouwens, voegt de oud-medewerker eraan toe: 'Probeer maar eens duizend video's achter elkaar te bekijken. Je gevoel voor goed en kwaad verdwijnt.'

Grof geweld en porno komen de moderatoren in Berlijn weinig tegen. Die video's zijn er bij TikTok door algoritmes en moderatoren in de Filipijnen vaak al uit gevist. Maar tegen verhoud of verrijnd onheil dat door die eerste schil glipt, kunnen de Berlijnse moderatoren weinig doen. Jonge vrouwen met obscene voorwerpen in hun mond, kinderen in bad, pedofielen die kinderen benaderen, en ook: gebruikers die zichzelf iets dreigen aan te doen.

Neem video's van kinderen die zichzelf verminken of daarover praten. Daarvoor waren 'nauwelijks richtlijnen', vertelt een oud-medewerker. Moderatoren konden zelfverminkingsvideo's melden in een chatkanaal, zodat iemand in Peking ernaar keek. Omdat Chinese collega's de taal niet beheersten en een andere culturele achtergrond hebben, konden ze de ernst van de situatie niet goed inschatten, vinden oud-moderatoren. 'Zij zagen meestal geen reden voor actie.'

Het grote probleem, zeggen de oud-moderatoren: TikTok staat onverschillig tegenover het welzijn van de vaak piepjonge gebruikers. 'TikTok wil hard groeien, het maakt niet uit hoe.' Kinderwelzijn 'kwam er een beetje bij'. 'In een werkelijk geval van zelfmoord had niemand geweten wat te doen. Er bestaat geen vast proces om de instanties in te lichten. Niemand is verantwoordelijk. Het beleid is uiterst onprofessioneel.'

Moderatoren melden zich ziek, worden prikkelbaar of krijgen last van slapeloosheid. Onderling delen ze vaker hun gevoel van onmacht. 'Je krijgt zo'n zwarte humor. We zeiden tegen elkaar als we een shift begonnen: 'Wéér een dag om de wereld te redden.'"

#### Kinderlokkers

Met het aflopen van de proefperiode vallen in het voorjaar de eerste ontslagen - in exitgesprekken lezen managers uitgedraaide excelsheets met accuraatheidsscores voor. Eén collega hoort tijdens haar vakantie dat ze niet hoeft terug te keren. Achterblijvers worden aangemoedigd de scores van collega's in de gaten te houden. Het werk stapelt zich op.

Zo blijkt grooming, digitaal kinderklokken, een groeiend probleem op TikTok. Moderatoren krijgen zo nu en dan de opdracht op hun privételefoon op zoek te gaan naar ongepaste reacties. Ze komen steeds meer voorbeelden tegen. Mannen die kinderen verleiden zich te ontkleden, of vragen hun adres of schoolgegevens openbaar te maken. Er zitten veel kinderen op TikTok, en omdat hun gebruikersprofielen standaard op 'openbaar' staan, kan iedereen die kinderen aanspreken.

Het Berlijnse team ontdekt dat pedofielen manieren hebben om moderatoren te slim af te zijn. Ze tikken teksten als 'jong' of 'geil' met spaties ertussen, zodat je niet op die begrippen kunt zoeken. Zo wijzen pedofielen elkaar de weg naar video's. Moderatoren stuiten op accounts waarop volwassen gebruikers soms wel duizend video's van jonge turnende meisjes verzamelen. Is dat tegen de richtlijnen, vragen ze zich af.

De Berlijnse moderatoren kunnen pedofielen tijdelijk een chatverbod opleggen. Problematische accounts verwijderen, dat is aan de collega's in China. Als blijkt dat dat lang niet altijd gebeurt, gaan medewerkers nog meer vragen stellen. Wat zijn de regels nu eigenlijk?

In het voorjaar van 2019 dringen de problemen ook in de buitenwereld door. De BBC publiceert bevindingen van grootschalig onderzoek. Het wemelt op het platform van de ongepaste commentaren, concluderen journalisten, accounts van pedofielen worden niet aangepakt. Organisaties als Watch Nederland en de federale politie in België trekken aan de alarmbel.

Intern is de verwarring daarom groot als moderatoren tijdens een vergadering in diezelfde periode expliciet te horen krijgen dat pedofielen opsporen niet tot hun hoofdtaak behoort. Sterker: die werkzaamheden worden niet meegewogen in hun beoordeling. Een oud-medewerker: 'Wie steekt daar nog tijd in als zijn accuraatheidsscore eronder lijdt?'

Medewerkers krijgen last van wroeging. Zeker een van hen loopt nog altijd met mentale klachten rond. 'Het gebrek aan zorg om kinderen is schrijnend.'

Onder voormalige werknemers gaat inmiddels een foto rond, genomen kort na de opening van het Berlijnse kantoor. Op een trap staan alle nieuwe medewerkers, breed lachend in een gloednieuw TikTok-shirt. 'The success story of Bytedance', heet het bestand. Door twee derde van de medewerkers is een kruis gezet. Ze werken er niet meer.

© NRC Handelsblad

Reinier Kist en Lineke Nieber

Copyright © 2020 Mediahuis. Alle rechten voorbehouden

## Bijlage 4: Krantenartikel De Tijd – “Tiener nerveert China met vermomde aanklacht over Oeigoerse repressie op TikTok”

### Tiener nerveert China met vermomde aanklacht over Oeigoerse repressie op TikTok



De Tijd - 30 Nov. 2019  
Pagina 2

'Hallo, ik ga jullie leren hoe je lange wimpers kan krijgen.' De video die Feroza Aziz begin deze week op TikTok plaatste, begint zoals miljoenen andere make-uphandleidingen op sociale media. 'Het eerste dat je moet doen, is je wimpertang nemen en, uiteraard, je wimpers krullen.'

Maar dan gaat Aziz verder: 'Vervolgens leg je je kruller neer en gebruik je je telefoon die je vasthebt om op te zoeken wat in China gebeurt, hoe ze concentratiekampen bouwen voor onschuldige moslims, families splijten, hen ontvoeren, vermoorden en verkrachten, en dwingen varkensvlees te eten, te drinken of zich te bekeren tot andere religies. Dit is een nieuwe holocaust, maar niemand praat erover.'

Al die tijd blijft de 17-jarige Amerikaanse met Afghaanse roots - gebruikersnaam: @getmefamouspartthree - met een onschuldige glimlach haar wimpers krullen. Wie niet oplet of het geluid niet op heeft staan, denkt een tiener te zien die gewoon beautytips uitdeelt. Maar de clip van 40 seconden is een striemende aanklacht tegen de onderdrukking van Oeigoerse moslims in China. 'Zeg het voort', zegt Aziz op het einde, kruller nog altijd in de hand. 'Maar dus, voor je wimpers...'

De video ging snel viraal op TikTok, de vooral bij tieners waanzinnig populaire videoapp. In een tweede en derde deel geeft Aziz extra duiding, en zegt ze dat ze haar boodschap opzettelijk heeft vermomd om de moderatoren te omzeilen en niet gecensureerd te worden. Toch is dat exact wat gebeurde. ByteDance, de Chinese eigenaar van TikTok, haalde de video van het platform en blokkeerde het account van Aziz.

Dat voedde de vermoedens dat Peking meekijkt over de schouders van de TikTok-moderatoren en dat ByteDance onder druk van het regime ongewenste inhoud uit de app filtert. Ook bij niet-Chinese gebruikers, voor wie een aparte versie van de app bestaat. Er zijn al geruchten dat TikTok, dat video's algoritmisch strikt monitort, verwijzingen naar Tibet, Taiwan, Tienanmen, de protesten in Hongkong en de behandeling van de Oeigoeren niet laat passeren.

In een uitgebreide mededeling zei het bedrijf dat het verwijderen van de video van Aziz een menselijke vergissing was van een overijverige moderator. Haar account was geblokkeerd omdat ze met een eerdere account de interne regels had overtreden vanwege een duidelijk satirische video waarin Osama Bin Laden heel kort voorkomt. TikTok verontschuldigde zich en contacteerde Aziz om te laten weten dat haar account weer actief was en dat de video, na 50 minuten, weer online stond. De Amerikaanse, uitgeweken naar Twitter, was niet onder de indruk. 'Geloof ik hun uitleg? Nee.'

De boodschap van Aziz brengt de Oeigoerse crisis onder de aandacht op een moment dat de bewijzen van harde ideologische repressie van de moslimbevolking in de oostelijke provincie Xianjing zich opstapelen. Uit uitgelekte documenten van de Communistische Partij bleek deze week nog dat tot 1,5 miljoen mensen, voornamelijk Oeigoeren maar ook andere etnische minderheden, worden vastgehouden in geheime internerings- of heropvoedingskampen. Daar worden ze gedwongen hun eigen taal en tradities af te zweren en de Chinese cultuur te omarmen.

Peking hield altijd vol dat het aan antiterrorbeleid doet als antwoord op een reeks aanslagen in de regio. China ontkende lang dat de kampen bestaan. Officieel luidt het nu dat de Chinese overheid in Xianjing 'opleidingscentra' opende waar Oeigoeren geheel vrijwillig een vak kunnen leren. Maar in de documenten staat dat China er op grote schaal mensen indoctrineert en opsluit achter meerdere lagen van beveiliging, onder totale controle en zo goed als zonder contact met de buitenwereld. Pas na hun 'ideologische transformatie' en na blijk van de vereiste discipline schuiven ze door naar andere kampen voor opleiding. Ex-gevangenen die hun verhaal naar buiten kregen, getuigden al van folteringen, verkrachtingen en ander misbruik.

Of de speelse en doorgaans van activistische inhoud gespeende videoapp TikTok, die in 2019 volledig is doorgebroken en wereldwijd al ruim 1,5 miljard keer werd gedownload, actief informatie over de situatie in Xianjing censureert, is niet bewezen. Het bedrijf onderstreepte in zijn reactie van niet en zegt dat het niet ingrijpt vanwege 'politieke gevoeligheden'. De heisa van deze week doet de reputatie van de app op dit vlak allicht geen goed. Al had Feroza Aziz zich wellicht geen beter scenario kunnen bedenken, want haar boodschap kreeg alleen maar een grotere megafoon, en ze kreeg de internationale pers aan de lijn. 'Ik zal erover blijven praten', zei ze aan de BBC. 'Ik ben niet bang van TikTok.' De make-up/protestvideo werd op TikTok, Instagram, Twitter en Facebook al miljoenen keer bekeken.

#### KORT

**BEAUTYVIDEO.** Een video van Feroza Aziz die viraal ging, lijkt eerst over make-uptechnieken te gaan, maar wordt dan een protestboodschap over de Chinese repressie van de Oeigoerse moslimminderheid. Om mogelijke censuur te omzeilen verpakte de 17-jarige Amerikaanse haar boodschap als een handleiding om wimpers te krullen.

**OFFLINE.** De clip werd offline gehaald en de account van Aziz werd geblokkeerd, maar in een uitvoerige reactie legde TikTok uit dat het om een vergissing ging. Het bedrijf achter de videoapp excuseerde zich en plaatste de clip snel weer online. De video haalde al miljoenen kijkers op verschillende sociale media.

**OEIGOEREN.** Aziz vraagt aandacht voor de 'holocaust' in de oostelijke Chinese provincie Xianjing, waar de Chinese overheid etnische minderheden, voornamelijk moslims, hard onderdrukt en onderbrengt in concentratiekampen om ze 'herop te voeden'. Deze week nog lekten gedetailleerde interne documenten van de Communistische Partij over het beleid in de regio uit. China houdt vol dat het om vrijwillige opleidingsinstellingen gaat.



TIKTOK. Er bestaat al langer onrust over de invloed die Peking uitoefent op de inhoud van TikTok, de videoapp van het Chinese techbedrijf ByteDance die in 2019 internationaal doorbrak als een van de populairste sociale media na Facebook en Instagram.

**ROEL VERRYCKEN**

Copyright © 2019 Mediafin. Alle rechten voorbehouden

## Bijlage 5: Kijkwijzer #MakeYourClass

# Kijkwijzer

## EDUCATIEVE TIKTOKS

Dag leerkracht

Met deze kijkwijzer maak ik jou wegwijs in het werken met TikTok als leermiddel in de klas. Hieronder vind je drie QR-codes die je doorverwijzen naar een website met uitleg en concrete voorbeelden.

#MakeYourClass

---

Vorbereiding

Privacyregels voor dummies



---

Wat is een educatieve TikTok?

Hoe vind ik educatieve TikToks?

Praktijkvoorbeelden



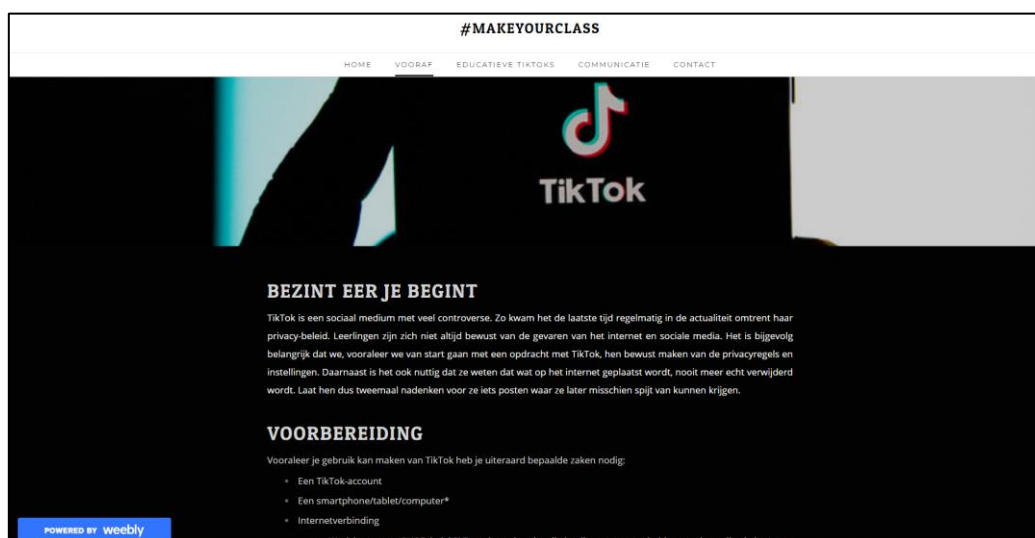
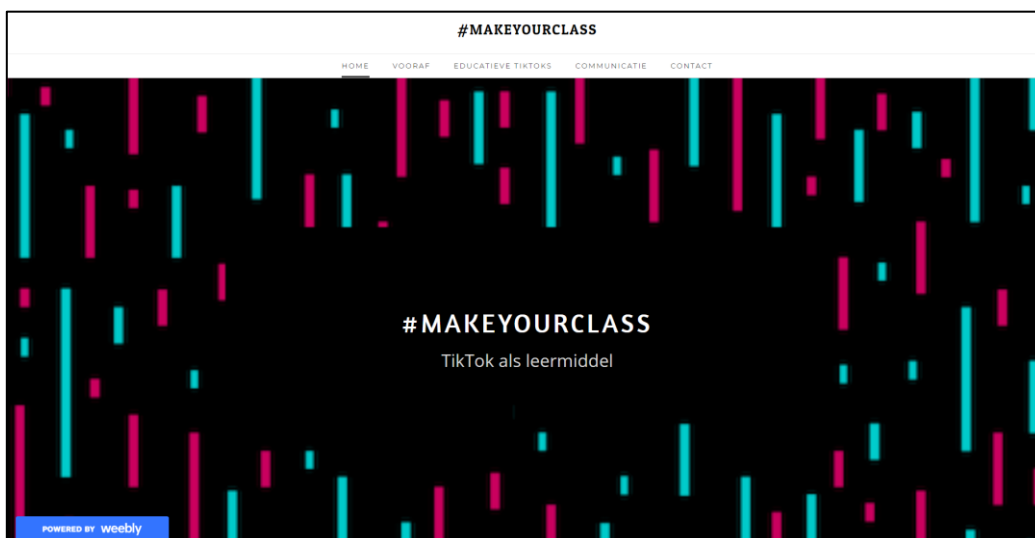
---

Duidelijke communicatie

Goede afspraken maken goede vrienden. Om alles in goede banen te leiden, communiceer je op voorhand over je lesidee. Ook met de betrokken leerlingen maak je duidelijke afspraken.



## Bijlage 6: Makeyourclass.weebly.com



### HOE VIND IK EEN EDUCATIEVE TIKTOK?

Open je TikTok-applicatie. In de menubalk onderaan staat een vergrootglas "Ontdekken". Wanneer je hierop drukt, opent het zoekmenu.

Start je zoektocht naar educatieve TikToks via de zoekbalk bovenaan. Typ een hashtag (#) gevolgd door een kernwoord. Ben je bijvoorbeeld op zoek voor een les geschiedenis, gebruik dan [#history](#). Wil je graag iets doen rond het klimaat, probeer [#climate](#). Goede zoektermen zijn het begin van een gerichte zoektocht!

#### Handige hashtags:

- [#learnontiktok](#)
- [#learning](#)
- [#teacher](#)
- [#onderwijs](#)
- [#elearning](#)
- [#leren](#)
- [#\(onderwijsvak\)](#)
- [#tiktokguru](#)

