

kaspersky



Onze veranderende relatie met social media: een wereldwijd onderzoek

Een rapport van Kaspersky
September 2021

Inhoudsopgave

- Samenvatting
- De opkomst van de 'para-social relaties'
- Persoonlijke gegevens beschermen
- Spijt van onze posts op social media
- Antisocial media drijven mensen uit elkaar
- Verslaving aan social media
- Analyse per land
- Conclusie
- Over het onderzoek



Inleiding

De wereldwijde Covid-19-pandemie heeft het belang van social media laten zien als het gaat om het in contact blijven met vrienden, familie en influencers. Naast alle voordelen van social media is er ook een keerzijde. De Netflix-film *The Social Dilemma* uit 2020 benadrukte hoe social-mediagiganten de gegevens van hun gebruikers verzamelen en gebruiken. Het liet ook zien hoe verslavend social media kunnen zijn.

Bij Kaspersky wilden we meer inzicht in **hoe mensen omgaan met social media** na een jaar van lokale en nationale lockdowns. We wilden meer te weten komen over hoe onze relatie is veranderd met onze contacten op social media, en met onze familie en vrienden, en ook hoe we omgaan met influencers.

We wilden ook de stemming peilen over hoe mensen denken over social media en over hun mentale gezondheid, en wat ze weten van het veilig gebruik van social media.

We werkten samen met **Opinium Research** aan een onderzoek onder meer dan **15.000 mensen uit 25 landen** over de hele wereld. Wat naar voren komt, is een fascinerend beeld van hoe we tegenwoordig social media gebruiken, hoe we ons verbonden voelen met die mensen die we alleen in pixelvorm hebben ontmoet, en hoe we nadenken – of erger nog, niet goed nadenken – over de gevolgen van wat we online delen.

53%

van de mensen gebruikt social media meer dan vóór de pandemie

71%

van de mensen tussen de 18 en 34 jaar vertrouwt op social media om zich verbonden te voelen

47%

zegt dat influencers hen een 'ontsnapping uit de realiteit' bieden

63%

kan zich een nieuwsbericht herinneren over de negatieve effecten van social media op dataprivacy

33%

van de mensen zegt tijdens de pandemie minder tolerant te zijn geworden ten opzichte van mensen op social media



Samenvatting

Social media hebben tijdens de lockdown voor veel mensen over de hele wereld gezorgd voor cruciale verbinding. Kaspersky constateert dat meer dan de helft (53%) van de ondervraagde social-mediagebruikers van over de hele wereld social kanalen meer heeft gebruikt tijdens de wereldwijde en lokale lockdowns dan voordat de pandemie toesloeg. Jongeren, in het bijzonder, vonden social media cruciaal om zich verbonden te voelen.

Echter, ondanks alle positieve kanten, is er een keerzijde aan social media. Hoe mensen zich gedragen op social kanalen en hoe de eigenaren van die kanalen onze gegevens gebruiken, baart ons zorgen. Bijna twee derde (63%) van de mensen zegt zich een nieuwsbericht te kunnen herinneren over de negatieve effecten van social media op de privacy van gegevens. Van de jongere gebruikers van 18-34 jaar kent meer dan de helft (52%) iemand wiens persoonlijke gegevens zijn misbruikt.

Daarnaast zegt een derde van de mensen (33%) iemand persoonlijk te kennen die op social media is gepest. We zien ook wrijving over hoe mensen berichten op social netwerken plaatsen, waarbij een derde (33%) van de mensen meldt dat ze tijdens de lockdown 'minder tolerant' zijn geworden ten opzichte van andere gebruikers van social media.

"Hoewel meer dan de helft (56%) van de mensen al meer dan tien jaar actief is op social media, proberen velen van ons nog te bepalen hoe we de positieve kanten van social media in balans kunnen brengen met de negatieve. In dit rapport duiken we in de data en onderzoeken we wat de inzichten ons vertellen over social media in 2021, hoe we ze gebruiken, hoe ze ons en onze relaties beïnvloeden - zowel positief als negatief - en wat dit betekent voor de toekomst van onderlinge verbinding."



David Emm
Principal Security
Researcher bij Kaspersky

De opkomst van 'para-social relaties'

Een belangrijke vaststelling is dat velen van ons virtuele eenrichtings- of 'para-social' relaties aangaan met influencers. Iets minder dan de helft (47%) van de gebruikers van social media gelooft dat de influencers die ze volgen hen een 'ontsnapping uit de realiteit' bieden. Meer dan een op de vijf (21%) denkt dat ze 'vrienden kunnen zijn' met die influencers.

Online influencers zijn zo verankerd in ons dagelijks leven dat bijna een kwart (23%) zegt 'afhankelijk' te zijn van influencer-content. Een op de tien (10%) zegt zelfs een gevoel van afwezigheid te voelen als ze geen contact hebben met influencers.

De meest voorkomende interactie van gebruikers van social media met influencers is door te reageren op hun berichten, wat bijna een op de vier (37%) doet, of door te reageren op hun berichten of verhalen (37%). Ruim een op de vijf (22%) heeft een privébericht naar een influencer gestuurd.

Influencers spelen een ongelooflijk belangrijke rol in het leven van mensen en hun beslissingen; meer dan zeven op de tien (71%) zegt te leren van de influencers die ze volgen op gebieden als gezondheid, hobby's, styling en nieuws. Soms gaan deze virtuele interacties over in de echte wereld, met meer dan een derde (34%) van de gebruikers van social media die zegt dat ze een influencer in het echt hebben ontmoet. In de VS stijgt dit percentage tot 57%, terwijl in het Verenigd Koninkrijk minder dan een kwart van de mensen (24%) kans heeft een influencer te ontmoeten die ze volgen.

23%
van de gebruikers van social media is 'afhankelijk' van content van influencers

"We zijn een nieuw tijdperk ingegaan waarin virtuele relaties de norm worden. Deze eenzijdige relaties kunnen vaak leiden tot overmatig delen op social media, omdat mensen deze relaties willen ontwikkelen of nabootsen. Dit kan echter leiden tot een enorm scala aan negatieve en onvoorziene gevolgen – hack- en phishing-pogingen, doxing en pesten, online shaming – de lijst gaat maar door. Het is begrijpelijk met de lockdowns die we het afgelopen jaar allemaal hebben meegemaakt dat mensen aangetrokken zijn tot online en para-social relaties om eenzaamheid en verveling te voorkomen, maar het is van cruciaal belang dat mensen onthouden dat wat ze zien op een feed van influencers niet noodzakelijk echt is. Reality-checking is dus vereist."

David Emm

Principal Security Researcher, Kaspersky

Het beschermen van onze persoonlijke data

Bijna een op de vier (38%) gebruikers van social media zegt dat ze iemand persoonlijk kennen van wie data zijn misbruikt tijdens het gebruik van social media. Voor de 18 tot 34-jarigen loopt dit cijfer op tot meer dan de helft (52%). Zeven procent van de gebruikers wereldwijd zegt slachtoffer te zijn geweest van fraude via social media.

Terwijl meer dan de helft (56%) van de gebruikers van social media wereldwijd al meer dan tien jaar een sociaal netwerk gebruikt, zegt bijna een op de vijf (18%) niets te weten over de manier waarop social-mediabedrijven hun gegevens gebruiken. Bij 55-plussers loopt dit op tot 27%.

Drie op de tien (30%) gebruikers van social media wereldwijd wantrouwen social-mediagiganten, terwijl slechts zeven procent volledig vertrouwen heeft in die organisaties. Mensen in het Verenigd Koninkrijk staan het meest sceptisch tegenover de social-mediagiganten. Bijna de helft (47%) zegt hen helemaal niet te vertrouwen, vergeleken met 21% in Duitsland en 17% in Italië.

30%
van de mensen
vertrouwt social-
mediagiganten niet

“Het is verbijsterend dat meer dan de helft van de gebruikers van social media iemand kent wiens persoonlijke gegevens op social media zijn misbruikt. Dit onderstreept hoe belangrijk het voor iedereen is om te begrijpen hoe ze zichzelf kunnen beschermen op social media, van privacy-instellingen tot wat ze online over zichzelf te delen. Bovendien zijn onze persoonlijke gegevens waardevoller dan ooit voor social-mediabedrijven die strijden om advertentiedollars. Gebruikers van social media moeten begrijpen hoe hun gegevens worden gebruikt en wat hun rechten zijn om deze te beschermen.”

David Emm
Principal Security Researcher, Kaspersky

Spijt van onze posts op social media

In juni 2021 verontschuldigde zangeres Billie Eilish zich nadat beelden waren vrijgegeven uit haar vroege tienerjaren die leken te laten zien dat ze een racistisch scheldwoord gebruikte en die accenten van niet-Engelssprekende personen belachelijk leken te maken*. De kwestie benadrukte dat wat gebruikers op social media plaatsen – hoe lang geleden ook – langdurige gevolgen kan hebben voor hun persoonlijke en professionele leven.

Ongeveer een op de acht (13%) van de gebruikers van social media geeft toe slechte of aanstootgevende taal te hebben gebruikt op hun social media of een bericht met dergelijke taal te hebben gedeeld. Dit cijfer verdubbelt bijna in de Verenigde Staten (22%) en Australië (25%). Meer dan een op de tien (12%) gebruikers van social media wereldwijd zegt een politiek standpunt te hebben geuit waar ze later spijt van hadden, terwijl meer dan een op de vijf (22%) een emotioneel standpunt heeft geuit waar ze spijt van kregen. Dit loopt op tot bijna een op de drie (29%) mensen van 18-34 jaar.

Voor sommigen waren er ernstige gevolgen voor hun – of die van anderen – social berichten. Bijna een op de zes (16%) heeft ruzie gehad met iemand die dicht bij hen staat vanwege online gedeelde opmerkingen, en een op de tien (10%) heeft zelfs een relatie beëindigd via social media.

Terwijl de meeste mensen zeggen dat ze de gevolgen voor hun familie (58%) en vrienden (55%) overwegen voordat ze iets op social media delen, overweegt meer dan vier op de tien (43%) de gevolgen van hun berichten voor hun huidige en potentiële toekomstige werkgevers niet. Als gevolg hiervan is drie procent van de gebruikers van social media wereldwijd ofwel hun baan kwijtgeraakt of op het werk bestraft vanwege hun berichten.

3%
van de gebruikers van social media is bestraft of ontslagen naar aanleiding van een post

“Wat onze bevindingen aantonen, is dat het zo belangrijk is om na te denken voordat je iets plaatst. Misschien wil je echt iets delen, maar hoe zullen andere mensen het ervaren? Het is beter om niets te posten dan het risico lopen dat je je baan in gevaar brengt. Iedereen moet andere mensen op social media met respect behandelen zoals ze in het echte leven zouden doen. Dat gaat vaak verloren als we online zijn en niet kunnen zien hoe andere mensen reageren op wat we zeggen.”

David Emm
Principal Security Researcher, Kaspersky



*www.bbc.co.uk/news/newsbeat-57564878

Antisocial media drijven mensen uit elkaar

Een vijfde (20%) van de gebruikers van social media over de hele wereld meldt dat ze last hebben gehad van pesterijen op social platforms. Onder de 18-34-jarigen loopt dit cijfer op tot bijna een derde (31%). Gebruikers van social media in Duitsland (31%) en Turkije (24%) hebben de meeste kans om te worden gepest op social media, terwijl Reddit (44%) en Twitch (41%) de social sites zijn waar gebruikers de meeste kans hebben gepest te worden. Van degenen die aangeven gepest te worden, is het meest waarschijnlijke middel een privébericht (38%), gevolgd door reacties op hun foto's (31%).

Van de gebruikers die aangeven gepest te worden, kende drie op de tien (31%) de pester persoonlijk, terwijl 39% werd aangevallen door gebruikers die ze niet kennen. Bijna de helft (47%) slaagde erin het pesten met succes te stoppen door direct te reageren, hoewel een kwart

(26%) vond dat reageren de situatie verergerde.

Social media zorgen zeker voor verdeeldheid. Een derde (33%) van de mensen wereldwijd zegt dat ze tijdens de pandemie 'minder tolerant' zijn geworden ten opzichte van mensen op social media, waarbij Turkije (45%), Duitsland (40%) en Italië (39%) het voortouw nemen in Europa. Daarnaast heeft bijna een kwart (23%) van de jongeren (18-34-jarigen) ruzie gehad met iemand via een post op social media. Een op de tien (10%) heeft zelfs een relatie beëindigd op social media!

20%
van de gebruikers van social media zegt online gepest te zijn

“Er is nooit een excuus voor pesten – offline of online. De netwerken worden onder druk gezet om actie te ondernemen, maar iedereen heeft de verantwoordelijkheid om respectvol te handelen wanneer ze actief zijn op social media.”

David Emm
Principal Security Researcher,
Kaspersky

Social media-'verslaving'

Ondanks de ogenschijnlijk negatieve ervaring en een wijdverbreid gebrek aan vertrouwen in de social netwerken zitten we nog steeds aan onze schermen gekluisterd, en met een goede reden – er zijn veel voordelen aan social interactie online. Wereldwijd besteden gebruikers elke dag ongeveer 1,8 uur op Facebook en 1,6 uur op Instagram. TikTok-gebruikers besteden gemiddeld 1,9 uur aan de app, oplopend tot 2,3 uur per dag voor 18-34-jarigen. Vier procent van de TikTok-gebruikers besteedt tussen de zeven en acht uur per dag aan de app! Ter vergelijking: ongeveer een op de tien (11%) van de Facebook-gebruikers is elke dag vier tot zes uur op de site.

Wanneer ze beschrijven hoe ze zich voelen bij het gebruik van social media geeft meer dan de helft (56%) aan zich 'geëntertaind' te voelen, en een derde (36%) zegt dat ze zich 'verbonden' voelen. Over het algemeen zeggen twee keer

zoveel mensen dat social media netto positief zijn (41%) voor de samenleving en politiek dan negatief (19%).

Twee derde van de wereldwijde gebruikers zegt echter nieuwsberichten te hebben gezien over de mogelijke negatieve effecten van social media op de geestelijke gezondheid en het welzijn. In reactie op deze verhalen zeggen zeven op de tien (70%) dat ze de manier waarop ze de platforms gebruiken hebben veranderd. Bijna vier op de tien (38%) hebben minder tijd op social media doorgebracht en een kwart (26%) kijkt minder vaak op

11%
van de Facebook-gebruikers brengt tussen de 4-6 uur per dag door op het platform

hun account. Een op de acht (13%) is er helemaal voor gegaan en heeft zijn account helemaal verwijderd of gedeactiveerd.

“Ondanks het schijnbare wantrouwen en de negativiteit rond social platforms is het duidelijk dat we nog steeds verslaafd zijn aan de voordelen van social media. Voor sommige mensen heeft het lezen van negatieve verhalen, misschien in combinatie met hun eigen ervaringen, ertoe geleid dat ze hun social media-activiteit hebben teruggedraaid, maar anderen gaan hoe dan ook door. Het draait allemaal om het vinden van de juiste balans.”

David Emm
Principal Security Researcher,

Uitsplitsing en analyse per land

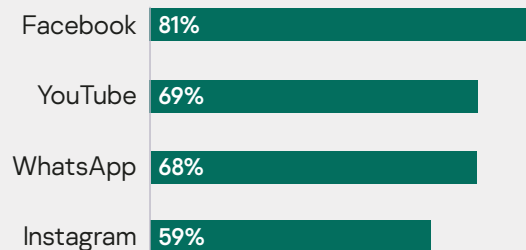
Hoe mensen social media gebruiken – en ervaren – verschilt aanzienlijk over de hele wereld. Meer dan een op de vijf (22%) heeft op social media een emotioneel standpunt geuit waar ze later spijt van hebben gehad, iets wat het meest prominent is in Latijns-Amerikaanse landen, Zuid-Afrika en Turkije. Australiërs (22%) hebben twee keer zoveel kans om iets op social media te hebben gepost terwijl ze dronken of onder invloed waren van alcohol waar ze later spijt van hadden. Het wereldwijde gemiddelde is 11%.

Vietnam is op meerdere fronten een uitzondering. De Vietnamezen reageren het vaakst meer dan één keer per dag op Facebook (64%), vergeleken met het wereldwijde gemiddelde van slechts 36%. Meer dan acht op de tien (82%) Vietnamese gebruikers van social media volgen influencers, vergeleken met het wereldwijde gemiddelde van 44% en van Nederlanders dat uitkomt op 24%. Ook heeft 17% van de Vietnamezen mensen een relatie beëindigd via social media – het hoogste percentage in de wereld – en hebben ze de grootste kans aan te geven dat ze cyberpesten hebben meegemaakt (17%). Japan daarentegen meldt het minste percentage cyberpesten (slechts twee procent) en ook het minst aantal waar als het gaat om een relatie beëindigen via social media (vier procent).

Brazilianen (41%) hebben het meest hun kijk op iemand veranderd vanwege hun mening, op de voet gevolgd door Turkse gebruikers van social media (40%) en Argentijnen (38%). Terwijl hetzelfde percentage mannen en vrouwen (16%) toegeeft iets op social media te hebben gepost terwijl ze op het toilet waren, zijn Zuid-Afrikanen wereldwijd het meest productief met 37%.

Zuid-Afrikanen (83%) zeggen het vaakst dat ze het vervelend zouden vinden als hun partner tijdens een date actief met iemand zou chatten via social media, gevolgd door Italianen (72%), Australiërs (71%) en Britten (70%). Het wereldwijde gemiddelde is 59%.

Meest actief gebruikte sites



Conclusie

Wat we zien bij het onderzoeken van een breed scala aan mensen over de hele wereld, is dat de positieve ervaringen van social media veel groter zijn dan de negatieve. De verbinding die wordt geboden door social media is erg waardevol voor veel mensen, vooral voor mensen onder de 34 jaar. De wereldwijde pandemie heeft voor veel mensen gezorgd voor een nog grotere behoefte aan connectiviteit, vooral met influencers die een positieve ervaring bieden door hun boeiende en informatieve inhoud.

Zoals bij elke online activiteit waarbij onze gegevens in het geding zijn, is het essentieel dat mensen begrijpen hoe ze hun persoonlijk identificeerbare gegevens kunnen beschermen. Uit ons onderzoek blijkt dat de meeste mensen nog steeds niet begrijpen hoe hun gegevens op social media worden gebruikt en in het ergste geval kan dit misbruik opleveren, wat tijd en geld kan kosten en veel stress kan opleveren.

Kaspersky heeft zijn ShareAware Hub ontwikkeld om mensen beter te laten begrijpen hoe ze zichzelf het beste kunnen beschermen, terwijl ze veilig van social media gebruikmaken. Ga voor meer informatie naar kaspersky.com/blog/shareaware-hub.



Over het onderzoek

Het veldwerk werd uitgevoerd door Opinium Research tussen 18 en 31 mei 2021. Opinium onderzocht 15.682 volwassenen in 25 landen, waaronder het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Italië, Duitsland, Spanje, Denemarken, Nederland, Chili, Mexico, Argentinië, Brazilië, Colombia, Peru, Japan, Rusland, Turkije, Verenigde Staten, Tsjechië, Hongarije, Zuid-Afrika, Oostenrijk, Singapore, Vietnam, Australië en de Verenigde Arabische Emiraten.

Kaspersky

Kaspersky Lab, 1st Floor
2 Kingdom Street
London, W2 6BD, UK
www.kaspersky.com

kaspersky