

# Vanzelf Mediawijs?



Een **verkenkend onderzoek** naar het gebruik  
van **digitale media door jongeren**, waargenomen  
vanuit hun **eigen leefwereld**.



# Inhoudsopgave

Over deze **verkenning** . . . . . 3

**Beschouwing** . . . . . 4

De **onderzoekers** aan het woord . . . . . 7

**Opgroeien** met media . . . . . 9

**Ouders:** jullie invloed is groot! . . . . . 13

De smartphone als **poort** naar  
de **eigen wereld** . . . . . 17

**Contact** is het allerbelangrijkst . . . . . 23

Gewoon '**spelen**' . . . . . 28

Dagelijkse **ontdekkingstocht** . . . . . 33

**Slotwoord** . . . . . 38

**Expertsessie** . . . . . 39

Colofon . . . . . 42

# Over deze **verkenning**

In de tien jaar dat het begrip bestaat, is het belang van en de kennis over mediawijsheid alleen maar toegenomen. Op school, aan de keukentafel en in de Tweede Kamer. Er zijn onderzoeken gedaan, lesprogramma's gemaakt en Kamervragen gesteld.

Toch ontbreekt er nog iets: we weten nog te weinig over wat jongeren zelf ontdekken in hun vrije tijd. Hoe ze alleen, of samen met leeftijdsgenoten, hun weg vinden in een wereld vol digitale media. Wat doen ze nu eigenlijk? Waarin verschillen ze van elkaar? Hoe reflecteren ze zelf op hun mediagebruik? Hebben ze nog iets van ons nodig?

Het onderzoek dat voor u ligt, is in opdracht van Mediawijzer.net uitgevoerd door onderzoekers Marrije Prins en Sophie Geelen en Kantar Public. Het richt zich op jongeren in de leeftijd van 12 tot 15 jaar en omvat zowel diepte-interviews als een online vragenlijst. Het vormt een eerste stap om zicht te krijgen op het domein 'Vrije tijd' en erachter te komen wat er goed gaat, wat er beter kan en moet, en wat de komende jaren dus extra aandacht nodig heeft van het mediawijsheidnetwerk. De bevindingen bevestigen veel van wat we al over jongeren weten. Ze bieden mooie aanknopingspunten voor verder onderzoek en leveren nieuwe inzichten op waar we meteen mee aan de slag kunnen. Bijvoorbeeld over de niet te onderschatten rol van de smartphone,

de kracht en invloed van online netwerken en de grote invloed van ouders en leeftijdsgenoten.

Dit onderzoek maakt deel uit van een serie onderzoeken en expertsessies waarmee we verder willen inzoomen op de leefwereld van jongeren, de invloed van volwassenen daarbinnen en de behoefte aan mediawijsheid bij jongeren. We werken zo toe naar een integrale aanpak waarbij jongeren hun mediawijsheidvaardigheden ontwikkelen op school, thuis en in hun vrije tijd.

We verwachten de komende jaren dus nog veel meer te weten te komen over jongeren en mediawijsheid. Niet vanuit bemoeizucht maar vanuit oprechte belangstelling en verwondering over hoe zij mediawijzer worden. Samen met hen willen we ontdekken wat zij nodig hebben en hoe wij ze daar het beste mee kunnen helpen. We hopen omgekeerd vooral ook van hen te leren. Want we zien mediawijsheid als een steeds belangrijker wordende randvoorwaarde voor digitaal burgerschap, of je nu 10 of 100 bent.

“We weten  
nog te weinig  
over wat jongeren  
zelf ontdekken in  
hun vrije tijd.”

# Beschouwing

Voor jongeren die opgroeien met media is internet er altijd al geweest. Het is vanzelfsprekend dat ze een groot deel van hun vrije tijd online doorbrengen. Ze creëren een eigen wereld waarin ze, alleen of met elkaar, vrij van hun ouders en school zijn. Ze maken er contact, trekken met elkaar op en ontwikkelen 'spelenderwijs' zowel technische als sociale kennis en vaardigheden. Het inblikje dat deze verkenning in de wereld van jongeren geeft, levert ons waardevolle inzichten op waar we verder mee kunnen.

## 1. Ouders zijn belangrijk

Deze verkenning bevestigt dat de invloed van ouders zeer aanwezig is. De normen, waarden, voorkeuren en regels van ouders zien de onderzoekers terug in de antwoorden die jongeren geven.

Jongeren hebben het gevoel dat hun ouders hen vertrouwen als het gaat om hun gebruik van digitale media en zeggen meer van hun ouders te leren dan van hun vrienden.

## 2. Smartphone als poort naar de eigen wereld

Privacy, eigen regie, autonomie en 24/7 toegang tot een netwerk buiten het gezin; de smartphone biedt toegang tot een eigen omgeving waarin jongeren zich ongestoord kunnen ontwikkelen en ze zorgvuldig over hun identiteit waken. Voor jongeren is het gebruik voorwaardelijk in hun leven, want hoe leg je anders contact met de rest van de wereld?

## 3. Contact is het allerbelangrijkste

Met elkaar ben je niet alleen. Daarvoor hoef je niet fysiek bij elkaar te zijn of elkaar 'in het echt' te kennen. Jongens zoeken vooral contact door te gamen, meisjes meer via sociale media. WhatsApp, Snapchat en Instagram worden afwisselend gebruikt. Sommige dingen doe je namelijk niet via WhatsApp. Andere juist wel. Jongeren hebben meer ongeschreven regels die voor hen heel vanzelfsprekend zijn. Facebook wordt niet of nauwelijks gebruikt.

## 4. Gewoon 'spelen'

Jongeren zijn in hun vrije tijd online vooral aan het ontspannen. Ze gamen, kijken films en televisie, 'YouTuben', maken samen plezier en houden zich op de hoogte van wat er om hen heen gebeurt. De toepassingen die ze daarvoor gebruiken zijn afhankelijk van de behoefte die ze willen vervullen.

"Ik gebruik Apple al sinds ik 1 of 2 jaar oud ben."



"Ik zoek echt waanzinnig veel dingen op, op het internet."



"De hele wereld hoeft mij niet te zien."



"Alleen gamen is saai. Dan kun je met niemand praten, want dan zit je gewoon... alleen."



"Je leert het niet echt, het is gewoon van... je ontdekt dingen."



Je kunt online immers alle kanten op; of je nu iets wilt creëren of even in een andere wereld wilt zijn.

### 5. Dagelijkse ontdekkingstocht

Sommige jongeren maken heel doelbewust gebruik van digitale media om nieuwe kennis en vaardigheden te leren. Maar niet allemaal. Inzoomend op opleidingsniveau en sociaal-economische klasse zijn er verschillen te zien als het gaat om de motivatie om nieuwe dingen te willen ontdekken, iets te leren en ergens beter in te willen worden.

### Hún belevingswereld

Op verschillende momenten hebben we met professionals uit het veld over deze verkenning

van gedachten gewisseld. Dat leverde heel wat gespreksstof op. We hebben namelijk allemaal zo onze eigen mening over de resultaten en onderliggende factoren die van invloed zijn. Een kritische reflectie leidde tot het inzicht dat we als volwassenen te veel geneigd zijn om vanuit ons eigen perspectief de inhoud te interpreteren. Deze verkenning geeft inzicht in hoe de jongeren het zelf zien en beleven. Een mooi voorbeeld hiervan is de waarde van online vriendschappen. Voor jongeren zijn die net zo echt en hecht als offline vriendschappen. Je kunt daarvan niet zeggen 'dat is niet waar'. Achterhalen waarom zij dat zo zien is veel interessanter en relevanter voor de vraag wat dit betekent voor de begeleiding van jongeren bij het mediawijzer worden.



“Een sterke aanbeveling is om het **perspectief van jongeren** zelf centraal te blijven stellen en na te denken over verschillende vormen van **participatief onderzoek**.”

## Onderweg naar vervolgonderzoek

Jongeren ontwikkelen op zichzelf vaardigheden, verrijken hun kennis en doen ideeën en ervaring op. Is dat voldoende om weerbaar te zijn en te kunnen profiteren van alle mogelijkheden die media hen bieden? Of hebben ouders en professionals daar ook een taak? Om die vragen te beantwoorden hebben we verdiepende inzichten nodig. Met de inbreng van professionals uit het veld zijn drie aandachtsgebieden zichtbaar geworden voor vervolgonderzoek:

### 1. Belevingswereld van jongeren

Hoe denken zij zelf over bepaalde onderwerpen?  
Hoe leren ze graag? Waar hebben ze behoefte aan? Welke trends en ontwikkelingen zien zij?  
Wat kunnen wij van hen leren?

### 2. Invloed van ouders en professionals

Welke relatie ligt er tussen de stijl van mediaopvoeding en hoe jongeren zich online bewegen? En welke invloed heeft de aandacht voor mediawijsheid op school?

### 3. Mediawijsheidvaardigheden van jongeren

Waar gaat het goed en waar kan het beter?  
Zien jongeren alle kansen en uitdagingen?  
Zijn ze zich bewust van wat ze doen? Weten ze kennis en vaardigheden effectief in te zetten?

Een sterke aanbeveling van de professionals is om het perspectief van jongeren zelf centraal te blijven stellen bij vervolgonderzoek en na te denken over verschillende vormen van participatief onderzoek. Zij pleiten bovendien voor zowel een verbreding als een verdieping van de doelgroep.

Met alle adviezen en inzichten die deze verkenning heeft opgeleverd gaan we samen met de jongeren verder verkennen hoe en waarmee we ze het beste kunnen bijstaan in het mediawijzer worden – zowel op school, thuis als in hun vrije tijd.



**Mary Berkhout**

Programmamanager  
Mediawijzer.net

## Verbreding



ouders, docenten, jongerenwerkers,  
politie, overheid



## Verdieping

speciaal onderwijs, culturele  
achtergrond, opleidingsniveau  
van ouders

## Verbinding



met jongeren en het netwerk

# De **onderzoekers** aan het woord

## // Een etnografisch aanpak en de smartphone als 'enabling object'

Afgelopen juli, augustus en september hebben we 1018 jongeren in de leeftijd van 12 tot 15 jaar gevraagd naar hun gebruik van digitale media. Via deskresearch, diepte-interviews, journal research en een online vragenlijst hebben deze jongeren met ons gedeeld wat zij met wie, waar, wanneer en waarom doen, als het gaat om digitale media in hun 'vrije tijd'. Omdat wij zicht wilden geven op het gebruik van digitale media door jongeren, waargenomen vanuit hun eigen leefwereld, hebben we voor dit onderzoek gekozen voor een deels 'ethnografische aanpak'. Dit betekent dat we de jongeren hebben benaderd als expert in hun gebruik van digitale media. En wij hebben hen in hun eigen omgeving opgezocht om hen de gelegenheid te geven ons mee te nemen in hun leef- en gedachtewereld. Op basis van deskresearch vonden we aanknopingspunten voor de inhoud van onze gesprekken en de vormgeving van het *journal research*. Ook hebben we er toen voor gekozen om de smartphone van de jongeren de functie van *enabling object*<sup>1</sup> mee te geven. Daardoor konden we hands-on het gesprek aangaan, meekijken in de verschillende apps en kwamen bijvoorbeeld de verschillen tussen thuis en op school, de invloed van hun vrienden, maar ook van hun ouders makkelijk naar boven. Uiteindelijk hebben we 11 jongeren<sup>2</sup> in de leeftijd van 12 tot en met 15 verdeeld over het land<sup>3</sup> in hun eigen omgeving opgezocht. Op een scoutingclub, bij pa en ma in de showroom, op de eigen kamer, in de tuin, met de hondjes op schoot ontstond de informele sfeer die we zochten. Omringd door hun eigen spullen, met alle devices lekker bij de hand, voerden we ontspannen gesprekken, // waarin de jongeren frank en vrij vertelden over hun mediagebruik in hun vrije tijd.

**Marrije Prins**

Tijdens **de gesprekken** vroegen we onder andere:

- ⇒ Wat versta jij onder **digitale media**?  
**Welke gebruik je** allemaal? Welke het meest?  
Waarvoor?
- ⇒ Wat voor **smartphone** heb je? Waarom deze?  
**Wie** gebruikt 'm nog meer?
- ⇒ Wat doe je d'r allemaal mee?  
**Welke apps** gebruik je **het meest**?  
Waarvoor?
- ⇒ Wat vind je **het leukst** aan je  
smartphone? **Wat zou je doen** als  
dat niet meer kon?
- ⇒ Maak je weleens '**nare dingen**' mee?  
**Wat doet dat** met je? Hoe ga je daar  
mee om?

**Marrije Prins** (1978) is agoog (BA, Hogeschool van Amsterdam) en antropoloog (Msc, VU Amsterdam). Als ontwikkelingsbegeleider richt zij zich op het creëren van innovatieve manieren om groepen te begeleiden bij hun ontwikkeling. Als toegepast antropoloog onderzoekt zij manieren om de schoonheid van diversiteit in en tussen groepen bij een breder publiek onder de aandacht te brengen. In het verleden heeft zij met en voor kinderen, jongeren en volwassenen gewerkt op het snijvlak van kunst/cultuur, onderwijs en zorg/welzijn.

1 Een *enabling object* is een voorwerp dat in interviews gebruikt wordt om een gesprek op gang te brengen en vorm te geven. Het gebruik van een *enabling object* heeft meerdere functies; het kan bijvoorbeeld drempelverlagend werken, maar ook focus aanbrengen in een gesprek.

2 Deze groep kende een mooie diversiteit als het gaat om leeftijd, geslacht, onderwijstype en sociaaleconomische achtergrond

3 Groenlo, Beek, Capelle aan de IJssel, Aalsmeer, Amstelveen, Huissen, Bussum, Rotterdam, Amsterdam en Zevenaar



## // Journal research en een online vragenlijst

Voor de start van ons onderzoek realiseerden wij ons dat jongeren ons, als onderzoekers, wellicht niet alle inzicht zouden geven in hun gebruik van digitale media binnen hun eigen domein. Juist omdat het hun domein is en omdat het vaak om persoonlijke communicatie gaat. Met het *journal research* hoopten we een alternatieve methodiek te hebben die jongeren de ruimte kon geven om ons inzicht te geven zonder onze directe inmenging. 7 jongeren hebben gedurende twee verschillende dagen, een weekdag en een weekenddag, op drie verschillende momenten vijftien minuten hun gebruik van digitale media in hun vrije tijd voor ons vastgelegd in een digitaal media-dagboekje. De vragen die zij daarbij steeds beantwoordden waren 'wat ben je aan het doen?', 'wat maakte dat je dit ging doen?', 'wat gebeurt er om je heen?' en 'wat gaat er in je om?'. De antwoorden werden, vaak real-time en met ondersteuning van screenshots, via WhatsApp aan ons verstuurd. Op basis van de data verzameld via de interviews en het *journal research* hebben we vervolgens een online vragenlijst opgesteld om onze initiële aannames te kunnen toetsen onder een grotere groep jongeren. Kantar Public heeft deze vragenlijst, in de periode van 24 augustus tot 4 september 2016, uitgezet onder 2294 jongeren. Een groep van 1064 jongeren, divers in geslacht, leeftijd, onderwijsniveau, regio en sociaal-economische achtergrond, heeft op deze vragenlijst gereageerd.<sup>4</sup> 61 jongeren bleken jonger of ouder dan 12 tot en met 15 jaar en zijn daarom verwijderd uit onze dataset. Het uiteindelijk aantal respondenten van de vragenlijst kwam daarmee op 1003. Door middel van SPSS zijn de data opgesplitst naar geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, regio en sociale klasse en dit heeft de basis gevormd voor de analyse van de online vragenlijst als onderdeel van dit onderzoek. De verschillen tussen groepen die in dit onderzoek worden genoemd zijn statistisch significant (met een betrouwbaarheidsinterval van 95%), tenzij in de voetnoot anders wordt aangegeven.

**Sophie Geelen**

//

De online vragenlijst bevatte in totaal 26 vragen die betrekking hadden op:

- ⇒ Hoe jongeren online en offline hun vrije tijd doorbrengen
- ⇒ De rol van digitale media in het contact met anderen
- ⇒ Hoe jongeren zich ontwikkelen via digitale media, en de rol van gamen hierin
- ⇒ Hoe jongeren online omgaan met informatie (over henzelf en over anderen)
- ⇒ De rol van ouders en peers in het omgaan met digitale media

**Sophie Geelen** (1988) is marketeer en bedrijfskundige (Msc, VU Amsterdam). Zij doet onderzoek naar mensen: doelgroepen, gebruikersgroepen of klanten en geeft bedrijven en organisaties advies op het gebied van customer experience. Zij opereert vanuit de visie dat alleen diepgaand begrip van klanten of gebruikers leidt tot succes. Om te komen tot dit begrip dompelt zij zich onder in de wereld van de groep die zij onderzoekt, om zo te komen tot de ideale klantervaring.

4 Dit resulteerde in een response rate van 46,3%



# Opgroeien met media

Voor we jullie meenemen in onze bevindingen willen we graag ingaan op een aantal bijzondere kenmerken van de generatie waar 'onze' jongeren deel vanuit maken. Omdat die generatie op verschillende vlakken verschilt van alle generaties voor hen. Jongens en meiden van 12 tot 15 jaar maken onderdeel uit van de generatie die, volgend op 'Generatie Y', geboren is tussen 1995 en 2012. Deze generatie is als eerste generatie opgegroeid onder invloed van digitale media en dat maakt de jongeren binnen deze generatie anders dan wie dan ook.

Het is interessant om te kijken wat de invloed van die, voor hen zo vanzelfsprekende, digitale media is. En wat dat betekent voor ouders en professionals die hen willen begeleiden bij het wijs gebruik van onder andere smartphone, tablet en computer.

## Een netwerkgeneratie voor wie internet vanzelfsprekend is

In hun boek 'Generatie Z - En de Vierde (Industriële) Revolutie' beschrijven **Jos Ahlers** en **René Boender**, op basis van internationaal onderzoek, de ins en outs van wat zij 'Generatie Z' noemen. Zij schetsen een beeld van een generatie die opgroeit in een wereld van overvloed en relatief weinig beperkingen. Internet is voor deze generatie een primaire levensbehoefte en heeft vooral een sociale functie. Volgens Ahlers en Boender ziet deze generatie geen verschil tussen online en offline en vindt dat onderscheid zelfs hopeloos ouderwets. Geboren

in een 'mediachaos' hechten de jongeren binnen deze generatie vooral belang aan pragmatisme en gebruiksvriendelijkheid als het gaat om digitale media. Door de, voor hen vanzelfsprekende, 24/7 informatiemaatschappij hebben deze jongeren een korte spanningsboog. Zij zijn daardoor snel verveeld, maar goede filteraars. Altijd 'online' kennen zij volgens Ahlers en Boender de gevaren van het internet en weten zij dat het internet 'onbetrouwbaar' is. Mede daarom hechten zij meer waarde aan hun sociale netwerken en vragen zij daarbinnen om raad, advies en tips.

Dit is in lijn met wat **Danah Boyd** stelt in haar boek 'It's complicated - The social lives of networked teens' (2014), namelijk dat voor jongeren de rol en kracht van online netwerken vanzelfsprekend zijn. Wanneer je een probleem hebt of voor een keuze staat ga je online en wend je je tot je netwerk.



Je pakt het samen op en niet eerst in je eentje.  
Dit onderscheidt hen van jongeren die zonder media zijn opgegroeid.

### Online = offline

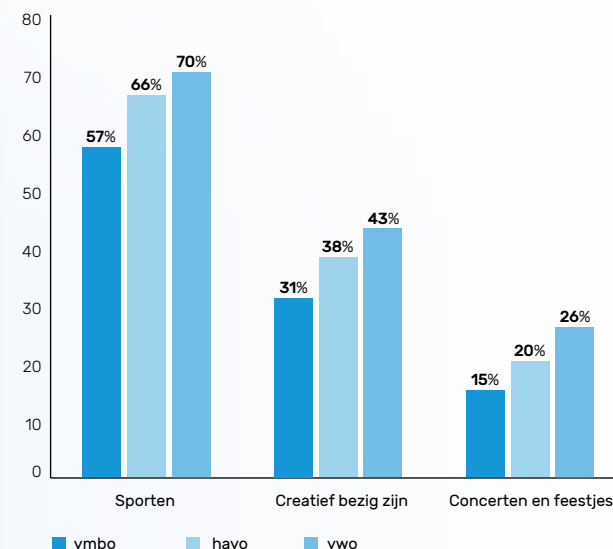
Het online en offline leven van jongeren is sterk met elkaar verweven. Wij vroegen hen hoe hun 'vrije tijd' eruitziet en wat zij daarin doen, naast digitale media. Daaruit kwam naar voren dat zij het onderscheid tussen wel/niet digitaal zelf nauwelijks aanbrengen. De top 3 activiteiten in de vrije tijd voor jongeren tussen de 12 en 15 jaar, naast digitale media, bestaat uit films en/of televisiekijken (76% van de jongeren noemde dit als activiteit in hun vrije tijd), muziek luisteren (69%) en chillen met vrienden (66%); in feite allemaal activiteiten met (in meerdere of mindere mate) een digitale component. Voor jongens is sporten, als enige niet-digitale activiteit, ook van belang. Hun top 3: films en/of televisiekijken (71%), sporten (65%) en muziek luisteren (59%).

### Altijd online?

Wanneer we bij diezelfde vraag kijken naar de mate waarin jongeren typische 'offline' activiteiten ondernemen, zien we dat (op zich vrij vanzelfsprekend) 'buiten spelen' en 'creatief bezig zijn'<sup>5</sup>, afnemen naarmate jongeren ouder worden terwijl 'werken voor een bijbaantje' als niet-digitale activiteit toeneemt. Significante verschillen ten aanzien van de 'offline' activiteiten in de vrije tijd zien we vooral wanneer we kijken naar verschillen in opleidingsniveau.



Een deel van de  
vrijtijdsbesteding  
onder jongeren,  
naar opleidingsniveau.<sup>6</sup>



Deze percentages laten zien hoeveel procent van de jongeren heeft aangegeven deze activiteit graag in zijn/haar vrije tijd te ondernemen.

<sup>5</sup> Bijvoorbeeld: tekenen, schilderen, schrijven, fotograferen, bouwen, zingen, dansen of muziek maken.

<sup>6</sup> De verschillen tussen vmbo en vwo zijn significant. Het verschil tussen vmbo en havo v.w.b. sporten is dit ook (beiden met een betrouwbaarheidsinterval van 95%). De overige onderlinge verschillen (tussen vmbo en havo, en havo en vwo) zijn niet significant.

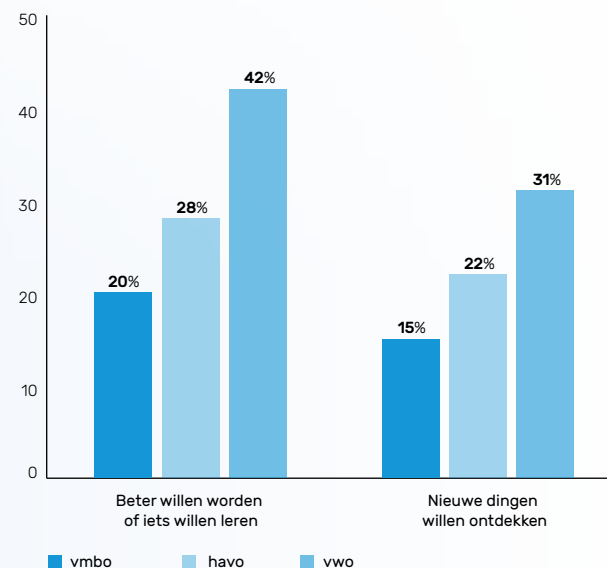
Het lijkt erop alsof jongeren met een hoger opleidingsniveau meer niet-digitale activiteiten ondernemen in hun vrije tijd dan lager opgeleide jongeren. Hangt dit verschil samen met een verschil in behoeften? Als we kijken naar wat de jongeren binnen dit onderzoek belangrijk vinden in hun vrije tijd, dan blijkt over het algemeen dat relaxen (83% geeft aan dit belangrijk te vinden in zijn/haar vrije tijd), lol hebben (80%) en het gezellig hebben (78%) op grote afstand van andere keuzes<sup>7</sup> staan. Wanneer we bij deze vraag kijken naar het opleidingsniveau dan zien we wederom een aantal opvallende verschillen.

Jongeren met een hoger opleidingsniveau lijken zich meer te willen ontwikkelen in hun vrije tijd én ze ondernemen meer niet-digitale activiteiten. Hangen deze twee met elkaar samen? Ondernemen hoger

opgeleide jongeren meer niet-digitale activiteiten omdat zij zo nieuwe dingen ontdekken en zich ontwikkelen? Of ondernemen hoger opgeleide jongeren überhaupt meer verschillende activiteiten dan lager opgeleide jongeren, ongeacht of deze online of offline plaatsvinden en hangt dit samen met hun behoefte om zich te ontwikkelen?

Wanneer we jongeren vragen of zij het gevoel hebben dingen te hebben gemist als zij een tijdje niet aan hun smartphone hebben gezeten, is 50% van de vmbo'ers het daar mee eens. Tegenover 39% van de havisten en 32% van de vwo'ers<sup>8</sup>. Hoe hoger opgeleid, hoe minder jongeren dus het gevoel hebben dingen te missen zonder hun smartphone. Misschien wel juist vanwege de aanvullende offline activiteiten die deze hoger opgeleide jongeren ondernemen.

Een deel van wat jongeren willen halen uit hun **vrije tijd**, naar opleidingsniveau.



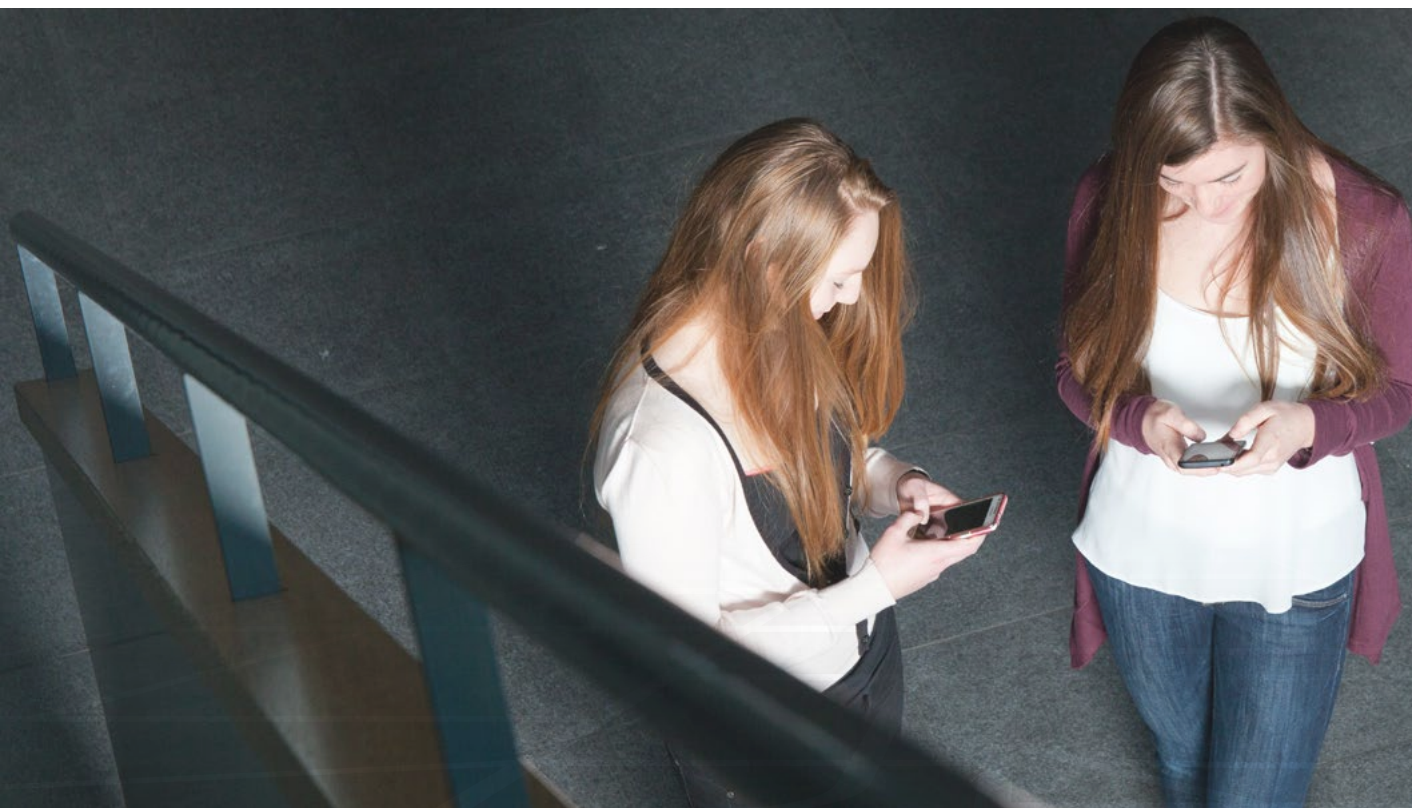
Deze percentages laten zien hoeveel procent van de jongeren heeft aangegeven dit belangrijk te vinden in zijn/haar vrije tijd.

<sup>7</sup> De keuzes waren: Lol hebben, Spanning opzoeken, iets leren over dingen of ergens beter in worden, Relaxen, Het gezellig hebben, Aandacht en/of complimenten krijgen, Nieuwe dingen ontdekken, Mensen leren kennen, Even in een andere wereld zijn of Nog iets anders, namelijk...

<sup>8</sup> Het verschil tussen havo en vwo is hier niet significant.

In de hoofdstukken die volgen, beschrijven we de belangrijkste thema's die uit ons onderzoek naar boven zijn gekomen. Daar waar we verschillen in leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en sociaal-economische klasse tegenkwamen, lichten we die uit. In ieder hoofdstuk brengen we relevante data uit de interviews, het *journal research* en de online vragenlijst met elkaar in verband om inzicht te kunnen geven in achtereenvolgens:

- De invloed van ouders op het gebruik van digitale media in de vrije tijd
- Het belang van de smartphone en haar functie als poort naar de eigen wereld
- De behoefte van jongeren om contact te maken via digitale media
- De behoefte van jongeren om te spelen via digitale media
- De behoefte van jongeren om zich te ontwikkelen via digitale media



In ieder hoofdstuk brengen we relevante data uit de *interviews*, het *journal research* en de online *vragenlijst* met elkaar in verband.

# Ouders: jullie invloed is groot!

“Ik gebruik Apple al sinds ik 1 of 2 jaar oud ben. Mijn oom had een van de eerste Apples ter wereld en mijn moeder had zo’n hele oude Apple computer. Op die manier ben ik daar bevriend mee geraakt, een soort hechting. We gebruiken thuis allemaal Apple en iPhone.”  
(Juan, 15 jaar, gymnasium)

Uit de monitor Jeugd en Media van 2015 kwam naar voren dat hooguit een derde van de ouders actief aan mediaopvoeding<sup>9</sup> doet en dat, als ouders aan (actieve) mediaopvoeding doen, zij vooral de focus leggen op de risico’s, en minder aandacht besteden aan de kansen en het plezier die media kunnen bieden. Die monitor was vooral gericht op het gebruik van media voor school en bij het huiswerk maken. Gekeken werd naar kinderen en jongeren tussen de 10 en 18 jaar.

Deze verkenning is gericht op jongeren tussen de 12 en 15 jaar en hun gebruik van digitale media in hun eigen domein. Daar waar we voornamelijk de invloed van vrienden en peers verwachtten, blijkt de invloed van ouders nadrukkelijker aanwezig dan gedacht.

Dit merkten we in de interviews en zagen we ook terug in antwoorden op de online vragenlijst. Waarmee niet gezegd is dat vrienden en peers geen invloed hebben op het gebruik van digitale media in het eigen domein van jongeren, maar de invloed van ouders is groter dan aanvankelijk gedacht.

Toen we vroegen “Van wie leer je het meest in je vrije tijd?”<sup>10</sup> eindigden ouders met stip op nr. 1 (met 34% van de jongeren die aangaf het meeste te leren van ouders), vóór vrienden (15%) en informatieve sites online (9%). Toen we vroegen “Hoe bereikt groot nieuws jou als eerst?” eindigden ouders ook met stip op nr. 1 (64% van de jongeren gaf aan dat groot nieuws hen via hun ouders het eerst bereikt), vóór televisie (52%) en social media (42%).<sup>11</sup>

64%  
van de jongeren

geeft aan dat zij een smartphone kregen/kochten omdat hun ouders wilden dat zij bereikbaar zouden zijn.

Hoe hoger opgeleid, hoe vaker jongeren een smartphone kopen om zelf bereikbaar te zijn.

tegenover  
44%

die aangeeft een smartphone te hebben gekregen/gekocht omdat ze zelf bereikbaar wilden zijn.

vs. Hoe lager opgeleid, hoe vaker jongeren een smartphone kopen om voor hun ouders bereikbaar te zijn.

<sup>9</sup> Zoals: regels afspreken, afspraken maken, en commentaar geven op media-uitingen.

<sup>10</sup> Deze vraag is gevraagd binnen de context van media.

<sup>11</sup> Bij deze vraag mochten jongeren maximaal 3 antwoorden geven, daarom is het totaal >100%.

## Regels van ouders worden eigen gemaakt

Tijdens de interviews bleek regelmatig dat jongeren in het gebruik van digitale media de kaders volgen die hun ouders hebben gesteld. De vanzelfsprekendheid waarmee die kaders worden genoemd doet vermoeden dat jongeren zich die regels helemaal eigen hebben gemaakt. Zoals **Maarten** (12, gymnasium) bijvoorbeeld laat zien:

*"Ik mag natuurlijk niet de hele dag achter de spelcomputer. Maar nu het zomer-vakantie is mag ik er wel lang achter. En mijn moeder vindt het goed, zolang het maar met vrienden is. Snap je? Want dan weet ze dat ik het niet helemaal alleen zit te doen. Dat doe ik zelf ook niet. Dat is saai. Ja, ik mag best ff alleen gamen, maar niet lang. Want als je lang alleen zit te gamen dan zit je helemaal in je game geconcentreerd en dat is niet leuk want dan lach je niet, zit je heel lang stil en praat je ook niet."*

In lijn met de monitor van 2015 geeft 75% van de jongeren aan dat hun ouders regels hebben gesteld als het gaat om het gebruik van hun smartphone. Aanvullend geeft 69% aan dat hun ouders uitleg hebben gegeven over hoe zij het beste met social media om kunnen gaan. Ook in lijn met vorig jaar blijkt nu dat lager opgeleide jongeren vaker aangeven uitleg te hebben gekregen van hun ouders dan hoger opgeleide jongeren. En dit verschil zien we ook tussen de 12/13-jarigen en de 14/15-jarigen.

## Persoonlijke voorkeuren en interesses van ouders hebben ook invloed

Jongeren maken zich niet alleen regels rond digitale media eigen van hun ouders. Tijdens onze interviews leek de invloed van de ouders (op het gebruik van digitale media van hun kinderen in hun vrije tijd) op verschillende manieren naar voren te komen. Zo maakt **Quint**, als zoon van twee ondernemers, regelmatig gebruik van een aanbiedingen-app, speelt Saar online vooral "onschuldige spelletjes met verfpistolen" in lijn met haar moeder die andere spelletjes maar "bloederig" vindt en is Maarten, wiens vader bij een schietvereniging zit, nadrukkelijk geïnteresseerd in en geïnformeerd over "wapens" en "pistolen".

75% van de jongeren geeft aan dat ouders regels hanteren rondom smartphonegebruik.

69% geeft aan dat ouders uitleg hebben gegeven hoe je het beste met social media kunt omgaan.



De ouders van **Daisy** (12 jaar, vmbo) zijn gescheiden. Ze woont met haar moeder en broer in een rijtjeshuis in een nieuwe buitenwijk in het oosten van het land. Haar vader was lange tijd niet in beeld, maar die ziet ze sinds een paar jaar ongeveer 1 keer in de week. Omdat we in het doolhof van de wijk Daisy's huis niet kunnen vinden, bellen we met haar tot ze ons in zicht heeft. Vrolijk staat ze in de deuropening. Ze draagt het haar in een knot, een zwart shirtje met in witte letters 'groupie' over de borst, een zwarte legging en korte witte sokken. Nee, wij hoeven onze schoenen niet uit te doen. Wanneer we de woonkamer binnenstappen, komen twee kleine hondjes ons over het lichte laminaat tegemoet. Wat gelijk opvalt is de samenhang in het interieur. Veel wit, veel kussens, versieringen en overal hangen quotes; in lijstjes, maar ook direct op de wand en de ruit richting de tuin.

Daisy houdt vooral van paarden. En van dansen. Vroeger reed ze wedstrijden, maar nu rijdt ze alleen nog maar voor de lol. Ze doet nog wel mee aan danswedstrijden. En ze heeft een keer meegedaan met Holland's Got Talent. Als we het over digitale media hebben blijken Star Stable, Musical.ly, Instagram en Snapchat favoriet. Daisy leert ons hoe je een Musical.ly kunt maken en welke gebaren bij welke tekst horen. Ook neemt ze verschillende foto's die ze snel bewerkt tot een zwart-wit variant of met een leuke filter. *"Ik zet er bijvoorbeeld #throwback bij. Of 'straks een optreden'. Of een tekst die ik zelf heb verzonnen zoals 'don't believe in your fear but listen to your heart because it will be ok'..."* Ze kijkt op van haar scherm. *"En dan tag ik er mensen in, gewoon om erbij te zetten, teksten die ik zelf mooi vind."* Ze kijkt de kamer rond en wijst naar de muur achter ons. *"Mama houdt ook heel erg van teksten zoals je ziet"*.

Als we het over digitale media hebben blijken **Star Stable, Musical.ly, Instagram en Snapchat** favoriet.



## Wederzijds vertrouwen

In de interviews bleek ook de invloed die ouders hebben op het digitaal koopgedrag van hun kinderen. Het merendeel van de jongeren die we spraken kon zelf nog geen aankopen doen via internet. Dit had soms een praktische achtergrond en soms leek er meer aan de hand. **Joost** (15 jaar, vmbo) deelt met ons hoe ze dat binnen zijn gezin aanpakken. Het vertrouwen dat hij in de regels en het oordeel van zijn ouders stelt, is kenmerkend.

*"Ja, mijn mobiel is verbonden aan het e-mailadres van mijn moeder. Waardoor zij een mail zou kunnen krijgen dat ik iets heb gekocht. Ik overleg het wel ...ik ga niet zomaar iets kopen zonder overleg. En als ze het niet goed vinden, dan vraag ik wel waarom, maar dan begrijp ik het wel. Als ze zeggen van: is toch niet nodig, eigenlijk zonde van het geld, dan denk ik, dat klopt ook eigenlijk wel."*

Het vertrouwen dat Joost in zijn ouders stelt zagen we bij meer jongeren terug. En we hoorden ook, overigens

gold dat voor alle opleidingsniveaus, dat jongeren het gevoel hebben dat hun ouders hen vertrouwen als het gaat om hun gebruik van digitale media. Zo zegt

**Mira** (13 jaar, vwo):

*"Ze zouden het echt niet goed vinden als ik gemene berichtjes stuur... En natuurlijk ook geen naaktfoto's en rare berichtjes en zomaar met allemaal jongens of mensen die ik niet ken, chatten ofzo. Of mensen toelaten die ik echt totaal niet ken, op mijn account. Dus dat wel, maar voor de rest...volgens mij vertrouwen ze mij wel, met wat ik doe."*

En over het verschil tussen vader en moeder zegt

**Joost** (15, vmbo):

*"Ik denk dat mijn moeder wel iets meer dan mijn vader weet wat ik online doe, want mijn moeder is ook iets actiever op social media dan mijn vader. Uhm...maar ik denk wel dat ze allebei een goed beeld hebben van wat ik doe. Als ze niet weten wat ik doe, dat ze wel weten dat ik goede dingen doe, geen rare dingen zoals dingen downloaden ofzo."*

'Vertel je het je ouders  
als je online in een  
vervelende situatie zit?' <sup>12</sup>

NEE 45%

JA 55%

12 jaar 63%

13 jaar 64%

14 jaar 53%

15 jaar 48%

<sup>12</sup> De verschillen tussen 12- en 13-jarigen enerzijds en tussen 14- en 15-jarigen anderzijds zijn hier significant (95% betrouwbaarheidsinterval). Onderling verschillen 12- en 13-jarigen niet significant van elkaar. Het verschil tussen 14- en 15-jarigen is eveneens niet significant.

# De **smartphone** als poort naar de eigen wereld

We weten dat bijna alle jongeren beschikken over een smartphone. Volgens de Jeugd en Media monitor 2015 heeft 97% van de 13- tot 18-jarigen er een. Van de jongeren die bijdroegen aan ons onderzoek gaven slechts 6 van de 1018 jongeren expliciet aan géén smartphone te hebben. Vergeleken met andere digitale media staat de smartphone qua gebruik onbetwist op nummer 1.

Toen we onze jongeren via de online vragenlijst vroegen een top 3 samen te stellen<sup>13</sup>, zette 96% van de meiden en 86% van de jongens de smartphone op de eerste plek. Op grote afstand gevolgd door de televisie en de laptop bij de meiden en de spelcomputer en de televisie bij de jongens.

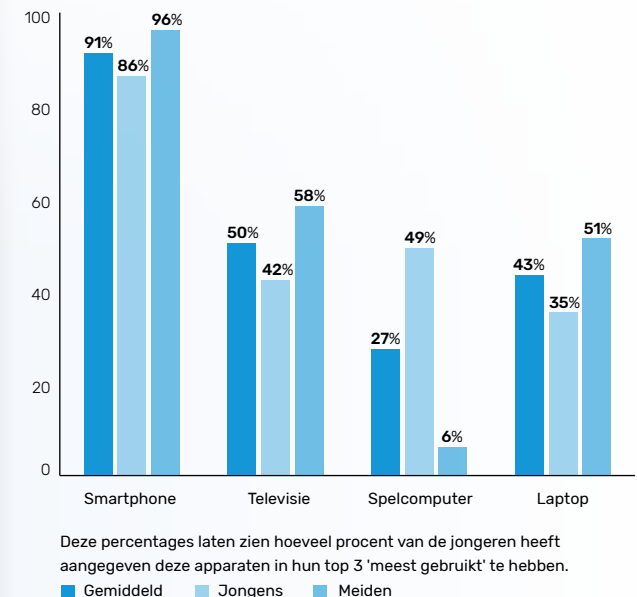
## Ontdekken, maar vooral contact maken

Net als andere digitale media verschaft een smartphone jongeren toegang tot internet en daarmee toegang tot een oneindige wereld aan mogelijkheden. Via de app van een willekeurige browser, maar veelal specifiek via YouTube, gaan jongeren met hun smartphone op ontdekkingstocht.

Belangrijker voor jongeren echter zijn de social media apps op hun smartphone. Zonder uitzondering noemden alle jongeren die wij ondervroegen in de diepte-interviews apps als WhatsApp, Instagram en Snapchat in hun top van 'meest gebruikte apps'. En ook uit de online vragenlijst blijkt het belang van deze social media.

Hoe belangrijk het communiceren met anderen is voor jongeren bleek bijvoorbeeld uit de reacties op de vraag "Stel je voor... je kunt je smartphone 3 maanden niet gebruiken... Hoe is jouw leven dan anders dan nu? En hoe zou jij je daarbij voelen?"

Apparaten meest genoemd in top 3 jongeren.



Vergeleken met andere digitale media staat de **smartphone** qua gebruik onbetwist op nummer 1.

<sup>13</sup> Middels de vraag "Welke 3 van deze apparaten gebruik jij het meest?".

De 526<sup>14</sup> antwoorden op deze vraag varieerden in strekking van “dat is het einde van de wereld” en “dat is echt ZO onhandig” tot “achja”, “wen ik wel aan” en ten slotte “kan ook iets positief zijn”. En flink wat jongeren bleken oplossingsgericht; zij lieten zich niet voor een gat vangen en bedachten alternatieven. “Dan doe ik alles op de iPad” en “Dan zou ik alles op mijn laptop doen wat ik nu op mijn mobiel doe”.

Wat we ons op basis van deze antwoorden vooral realiseren is dat, hoe wij als professionals en ouders ook aankijken tegen die ‘verkleving’ met de smartphone, voor veel jongeren het gebruik ervan niet alleen volkomen vanzelfsprekend, maar ook voorwaardelijk is in hun leven. Want hoe leg je anders contact met de rest van je wereld? Of zoals een van de jongeren via de online vragenlijst het zei: “Ik zou heel veel tijd over hebben, omdat ik dan niet steeds op mijn smartphone kijk. Maar ik weet dan ook niet hoe ik die tijd zou invullen... Heel ongelukkig denk ik dat ik mij dan voel, omdat het zo’n deel van je leven is geworden. Zo heb je contact met anderen. Dat gebeurt nu veel minder persoonlijk.”

## Het belang van privacy en autonomie

In lijn met onze bevindingen legt **Patti Valkenburg**, hoogleraar Media, Jeugd en Samenleving aan de Universiteit van Amsterdam, in haar boek ‘Schermgaande Jeugd’ (2014) uit waarom sociale media (apps) zo aantrekkelijk zijn voor jongeren. “Sociale media bieden [jongeren] een eigen ruimte waarin zij sociale en psychologische privacy ervaren, en hun autonomie kunnen bewijzen.”<sup>15</sup> Jongeren definiëren, volgens Valkenburg, die privacy als “de controle over wat, wanneer, hoe en met wie ze communiceren, zonder dat er ouders, broers en zussen in de buurt zijn”<sup>16</sup>. Sociale media geven jongeren dus regie over dat wat zij over zichzelf delen met de rest. En ze stellen jongeren in staat om buiten het zicht van hun ouders, te experimenteren met het nemen van beslissingen en het handelen in lijn met wat zij belangrijk en zinvol vinden.

“Stel je voor... je kunt je smartphone 3 maanden niet gebruiken... Hoe is jouw leven dan anders dan nu? En hoe zou jij je daarbij voelen?”<sup>17</sup>

“Dan zou ik mij **gehandicapt voelen** en zou ik zo snel mogelijk een **andere smartphone** gaan regelen.”

“Dan zou ik me **niet meer kunnen afsluiten** van de rest van het gezin.”

“Dan ben ik **boos**.”

“Er zou **veel misgaan**. Heel veel dingen worden via WhatsApp gecommuniceerd, dan zou ik **veel informatie mislopen** van school en mijn vereniging. That sucks.”

14 Om de online vragenlijst niet te lang te maken voor de jongeren, zijn de open vragen verdeeld over de respondenten. Dit betekent dat de helft van de respondenten 2 open vragen voorgelegd heeft gekregen, en de andere helft de andere twee open vragen. Vandaar dat we op deze vraag 526 antwoorden hebben ontvangen.

15 p. 265, r. 15-16

16 p. 265, r. 12-15

17 Het verschil tussen de quotes uit de diepte-interviews en de quotes uit de online vragenlijst is te herkennen aan het feit dat er bij de quotes uit de online vragenlijst geen naam of overige informatie zoals opleidingsniveau of leeftijd staat vermeld.

De behoefte aan een eigen plek, buiten het zicht van je familie, om te ontdekken en uitdragen wie je bent, is natuurlijk niet nieuw. Die kennen wij volwassenen zelf ook van onze eigen tiener- en pubertijd. Wij vonden vroeger alleen andere oplossingen om aan die behoefte te voldoen.

De jongeren van nu behoren tot de eerste generatie die opgroeit in een tijd waarin het mogelijk is om je, met behulp van social media, te ontwikkelen en los te komen van je ouders. De gesprekken die jongeren nu online met elkaar voeren, zijn niet per se anders dan de gesprekken die vroeger op weg naar huis, op de fiets, aan de (huis)telefoon werden gevoerd. De vorm is aangepast aan deze tijd, maar de inhoud blijft hetzelfde.





## Afschermen

Anders dan de andere digitale media waar jongeren toegang toe hebben, hebben jongeren hun smartphone doorgaans in eigen bezit. Ze hoeven hun smartphone niet te delen, zoals bij de laptop, tablet en spelcomputer vaak wel het geval is. Dit alleenrecht bevordert de functie van de smartphone als poort naar de eigen wereld; een poort die zij te allen tijde bewaken. Niet anders dan veel volwassenen schermen de meeste jongeren hun smartphone af met een toegangscode of vingerscan. Dit is voor hen heel vanzelfsprekend en in lijn met hun behoefte aan regie.



Ook laten jongeren anderen niet zomaar gebruik maken van hun smartphone. Toen wij **Joost** (15 jaar, vmbo) hiernaar vroegen, zei hij: *“Nou nee... Er staan ook wel wat dingen op waarvan je denkt, dan kan ik mijn telefoon wel aan jou geven, maar zo goed ken ik je nou ook weer niet, dat ik je daarmee vertrouw.”*

**Quint** (14 jaar, havo) zorgt ervoor dat niemand zomaar aan zijn telefoon komt door zijn smartphone samen met zijn ID-kaart, OV Chipkaart en pinpas (alle essentiële dingen in één hoesje) in zijn broekzak te dragen. *“Dat hoesje draag ik in m'n zak... Altijd... niet in een rugzak of zo.”*

Wanneer anderen wel gebruik mogen maken van hun telefoon, krijgen zij daarmee nog niet overal toegang toe. **Juan** (15 jaar, gymnasium) vertelde ons: *“Anderen gebruiken hem alleen als ze willen bellen met mijn telefoon, of iets willen opzoeken. Prima, dan is het 5 seconden, maar dan zit ik er altijd naast.”* Toen we Juan hierop doorvroegen legde hij uit: *“Er staat heel veel op; contacten, gesprekken, apps, agenda, mails, dingen die gewoon privé zijn. Stel dat iemand je een gevoelig berichtje stuurt, dan wil je niet dat iemand anders jouw telefoon in zijn hand heeft en dat leest.”* **Daisy** (12 jaar, vmbo) denkt daar net zo over: *“Ik vind het niet zo fijn als mensen op mijn mobiel zo overal doorheen gaan of dat ze in WhatsApp kijken wat ik allemaal heb geappt enzo.”*

Jongeren zijn zich goed bewust van de **privacygevoelige informatie** op hun telefoon.



“Ik heb een **code** natuurlijk erop, en het is ook met een vingerscan, dat alleen mijn vinger erop kan.” (**Daisy**, 12 jaar, vmbo)

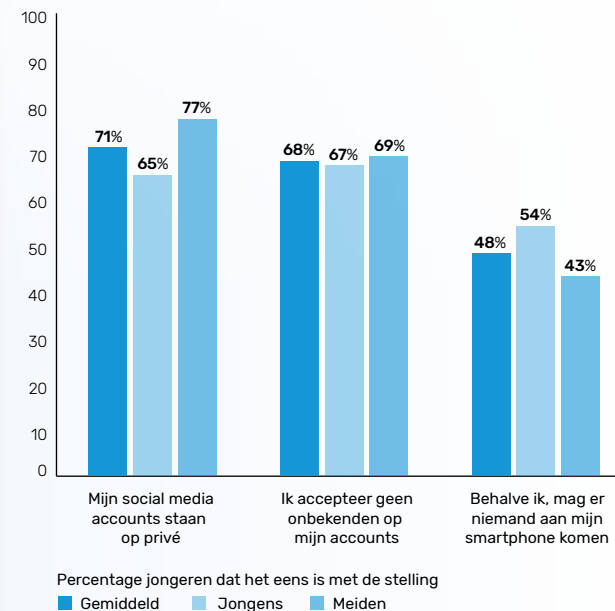
“Anderen mogen 'm wel zien maar ik heb **overal** een code op.” (**Saar**, 14 jaar, vmbo)

“Er zit **gewoon een code** op dus niemand komt verder dan 'm pakken.” (**Juan**, 15 jaar, gymnasium)

Het lijkt erop dat het afschermen van je smartphone (en de inhoud) daarvan voor jongeren niet alleen gericht is op het 'vrij' zijn van je ouders. Jongeren zijn zich goed bewust van de privacygevoelige informatie op hun telefoon. Er staan niet alleen appjes en foto's van henzelf op, maar ook van en over anderen en dat geheel wordt in principe voor 'iedereen' goed afgeschermd. Anders dan we in eerste instantie aannamen geeft 71% van onze participanten aan ook hun social media accounts niet 'openbaar' te hebben staan. Dit geldt nadrukkelijk voor alle opleidingsniveaus. Meiden (77%) doen dit net iets meer dan jongens (65%).

Aanvullend geeft 68% van de jongeren aan geen onbekenden als volger toe te laten. Ook hierin blijken meiden strenger dan jongens. Dit lijkt vanuit een behoefte om te beheersen wie er zicht heeft op hun foto's en filmpjes. Er wordt weleens gevreesd dat jongeren, en vooral meiden, online veel bezig zijn met het zich presenteren aan de buitenwereld. Het ziet er echter naar uit dat zij zich, via bijvoorbeeld Instagram, Snapchat en Musical.ly wel presenteren, maar dat zij dit doen aan een selecte groep vrienden en vrienden van vrienden. Want zoals **Saar** (14, vmbo) het zegt *"De hele wereld hoeft mij niet te zien."*

## Manieren waarop jongeren hun online wereld beschermen.



---

“Er staat heel veel op; **contacten**  
**gesprekken**, apps, **agenda**, mails,  
**dingen die gewoon privé zijn.**”

"Veel minder bereikbaar.  
Niet meer op de hoogte van  
allerlei zaken. Ik zou me hierbij  
niet prettig voelen."

"Dan ga ik dood - grapje - maar  
ik zou het heeeeeel erg vinden."

"Vreselijk. Afgesloten  
van mijn vrienden."

"Minder tot geen contact  
hebben met vrienden die  
niet in de buurt wonen  
en niet op de hoogte zijn  
van activiteiten die vaak  
via social media verspreid  
worden."

"Stel je voor... je kunt je  
smartphone 3 maanden  
niet gebruiken... Hoe is jouw  
leven dan anders dan nu?  
En hoe zou jij je  
daarbij voelen?"





# Contact is het allerbelangrijkst

Als het gaat om digitale media is contact maken het allerbelangrijkst voor jongeren tussen de 12 en 15 jaar. Ook, of misschien juist wel, in hun vrije tijd. Dit komt duidelijk naar voren in ons onderzoek, maar ook in eerder onderzoek. Daarbij lijkt het erop dat meiden liever contact maken via social media apps en jongens vooral contact maken door met anderen te gamen.

Zoals eerder in deze verkenning beschreven staat de smartphone voor zowel meiden als jongens op nummer 1. De aanschaf van een smartphone hangt over het algemeen voor zowel jongens als meiden samen met de wens van ouders om contact op te kunnen nemen met hun kinderen. We zien echter dat jongeren tussen 13 en 15 vaker aangeven een smartphone aan te schaffen om bepaalde apps (als Instagram, Snapchat, Facetime, etc.) te kunnen gebruiken dan 12-jarigen<sup>18</sup>.

Het belang van contact maken, via digitale media, wordt daarmee groter naarmate jongeren ouder worden.

Wanneer we inzoomen op de mensen met wie jongeren tussen de 12 en 15 jaar contact maken via digitale media wordt duidelijk dat 88% van hen minstens een paar keer per week online contact heeft met vrienden. De oudere jongeren uit dit onderzoek (13- tot 15-jarigen) hebben meer dagelijks contact dan de 12-jarigen<sup>19</sup>. Daarnaast hebben meiden (82%) aanzienlijk vaker dagelijks online contact met hun vrienden dan jongens (62%).

Als we kijken naar het online contact dat jongeren met hun ouders hebben, dan geeft 63% van de jongeren aan *minstens een paar keer per week*

Wat versta jij onder digitale media?

"Ik denk dan een beetje aan social media. Facebook, Instagram, Snapchat, WhatsApp... dat soort dingen" **Mira** (13 jaar, havo)

"Dat ik goed contact hou, buiten het zien van mensen, dat ik goed contact hou met mensen, dat is wel belangrijk."  
**Joost** (15 jaar, vmbo)

Wat doe jij met digitale media in je vrije tijd?

## Top 3 algemeen

- 79% WhatsAppen
- 69% YouTuben
- 59% Foto's en filmpjes bekijken

## Top 3 meiden

- 89% WhatsApp
- 73% Foto's en filmpjes bekijken
- 66% YouTube

## Top 3 jongens

- 72% YouTube
- 68% WhatsApp
- 64% Gamen met anderen

<sup>18</sup> 19% van de 12-jarigen geeft aan een smartphone aan te schaffen om bepaalde apps te kunnen gebruiken (zoals Instagram, Snapchat en Facetime), tegenover 33% van de 13-jarigen, 35% van de 14-jarigen en 35% van de 15-jarigen.

<sup>19</sup> 63% van de 12-jarigen geeft dit aan, tegenover 70% van de 13-jarigen, 75% van de 14-jarigen en 74% van de 15-jarigen.

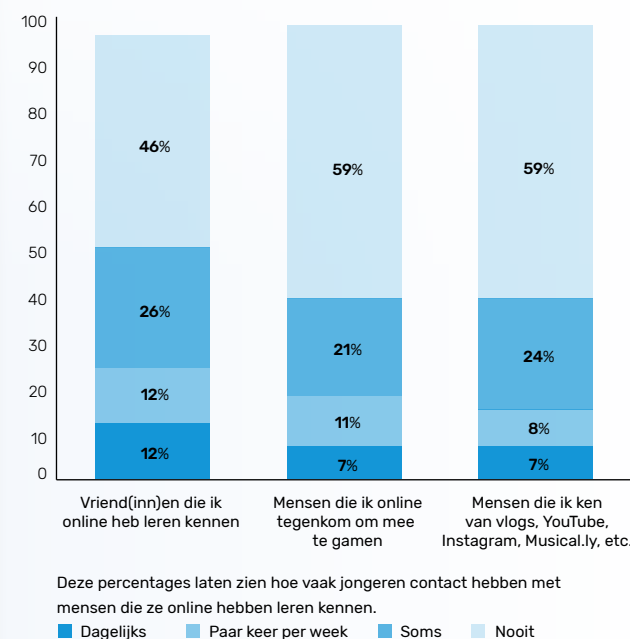
online contact te hebben met hun moeder versus 52% die zegt *minstens een paar keer per week* contact te hebben met hun vader. Op de vierde plaats staat, met 47%, het online contact met broers en/of zussen.

Hoewel jongeren dus vooral online contact hebben met mensen die zij *in real life* kennen, hebben zij ook online contact met mensen die zij in hun digitale wereld hebben leren kennen. 24% van de jongeren heeft namelijk *minstens een paar keer per week* online contact met vrienden die zij online hebben leren kennen. Voor jongens is dit zelfs 29% (tegenover 21% van de meiden) en oudere jongeren hebben meer online contact met mensen die zij online leren kennen. 18% van de jongeren heeft minstens een paar keer per week online contact met mensen die zij online tegenkomen om mee te gamen (met een groot verschil tussen jongens en meiden, namelijk 31% tegenover 5%). 15% heeft minstens een paar keer per week online contact met mensen die zij kennen van vlogs, YouTube, Instagram, Musical.ly en fan sites. Vmbo'ers (19%) doen dit vaker dan vwo'ers (10%).

Uit ons onderzoek komt naar voren dat jongeren tussen de 12 en 15 jaar het online contact dat zij hebben, specifiek en bewust vormgeven. WhatsApp, Instagram en Snapchat worden daarvoor het meest gebruikt<sup>20</sup>, maar afhankelijk van de mensen met wie zij contact hebben (bijvoorbeeld vrienden of ouders) en de aard van het contact (bijvoorbeeld serieus, functioneel of 'voor de lol') kiezen zij de app die hen op dat moment het beste past. **Quint** (14 jaar, havo) geeft uitleg:

*"Kijk, via WhatsApp doe je niet zomaar een berichtje sturen van 'kijk dit ga ik doen, ik ga ergens heen'. Weet je wel? Dat doe je op Snapchat, want dat is ook gewoon interessant voor andere mensen. Het is raar als je in 1x tegen iemand op WhatsApp zegt 'ik ga naar mijn oma toe'. Dat doe je niet. Je gaat ook niet een gekke bek sturen op WhatsApp. Bij Snapchat is die gelijk weg, of je moet 'm screenen. Maar bij WhatsApp blijft ie gelijk. Dan is het ook niet meer echt jezelf zijn. Je kan bij Snapchat gewoon gek doen, of hoe je bent, zonder dat je gelijk materiaal hebt tegen die iemand."*

## Digitaal contact met mensen die jongeren **online** hebben leren kennen.



20 Uit ons onderzoek komt naar voren dat Facebook door deze leeftijdsgroep jongeren niet of nauwelijks gebruikt wordt. Facebook wordt over het algemeen als te ingewikkeld en 'te veel' gezien. Daarnaast maken er te veel ouders en familieleden gebruik van.



### WhatsApp gebruik je...

Voor (serieuze) gesprekken met ouders en (overige) familie.

Als je een specifieke vraag hebt voor bijvoorbeeld klasgenoten.

Als je een 'echt' gesprek wilt voeren met iemand.

Als je met een groep wilt afspreken, iets wilt gaan doen.

Om gewoon te kletsen met je vrienden.



### Snapchat gebruik je...

Om te delen wat je aan het doen bent (zonder 'bijbedoelingen').

Om 'helemaal jezelf' te kunnen zijn.

Om dichterbij jouw 'idolen' te komen.

Om gewoon even wat van je te laten 'horen' via een foto/filmpje.

Omdat je iets lollijs aan iemand wil sturen door een foto met een grappige filter.



### Instagram gebruik je...<sup>21</sup>

Om dichterbij je 'idolen' te komen.

Om de 'beste' versie van jezelf te laten zien.

Om je leven met anderen te delen.

Om via Instagram DM met iemand te kunnen praten waar je het nummer niet van hebt.

Om op de hoogte te blijven van wat je vrienden allemaal doen/meemaken.



Volgens onze jongeren is **Instagram cool** omdat:

"het **niet erg bekend** is bij **volwassenen**"

"je aan je vrienden kunt **laten zien** wat je aan het doen bent"

"je kunt zien **waar** mensen zijn **en wat** ze doen"

"**veel mensen** om mij heen **het gebruiken**"

"mijn **ouders** er **niet** op zitten"



Volgens onze jongeren is **Snapchat cool** omdat:

"je verschillende **filters** kunt toepassen"

"je lekker makkelijk **grappige foto's** kunt **delen**"

"je kan volgen wat vrienden **24u** doen"

"**oudere** mensen dat **niet snappen**"

"alles **na 24 uur** wordt **verwijderd**"

<sup>21</sup> Frankwatching deed onderzoek onder 14 tot 20-jarigen en daar kwamen voor een deel dezelfde typeringen uit:  
[https://cookies.frankwatching.com/?redirect\\_to=/archive/2016/09/19/swipen-appen-snappen-zo-gebruiken-digitieners-social-media/](https://cookies.frankwatching.com/?redirect_to=/archive/2016/09/19/swipen-appen-snappen-zo-gebruiken-digitieners-social-media/)

In gesprek met...

Maarten

We krijgen uitleg van **Maarten** (12 jaar, gymnasium). Hij laat ons zijn telefoon zien, welke apps erop staan en hij vertelt ons wat hij daar allemaal mee doet en waarom. Als we het over Instagram hebben kijkt Maarten naar de nieuwste foto's in zijn feed. Terwijl hij met ons praat scrolt hij in rap tempo door de foto's. Bij elke foto die hij ziet drukt hij op het hartje. *"Wat doe je?"* Maarten kijkt niet op. *"Ik zet een like, dat het een leuke foto is."* Maarten scrolt door. *"En dat zie je zo snel? Hoe bepaal je dat dan? Dat het een leuke foto is?"* Maarten scrolt verder. *"Ja, gewoon, dat is normaal, dat je iets liket van iemand uit je klas. Dat doe je gewoon."*

"Dat is normaal,  
dat je iets liket  
van iemand uit je klas.  
Dat doe je gewoon."

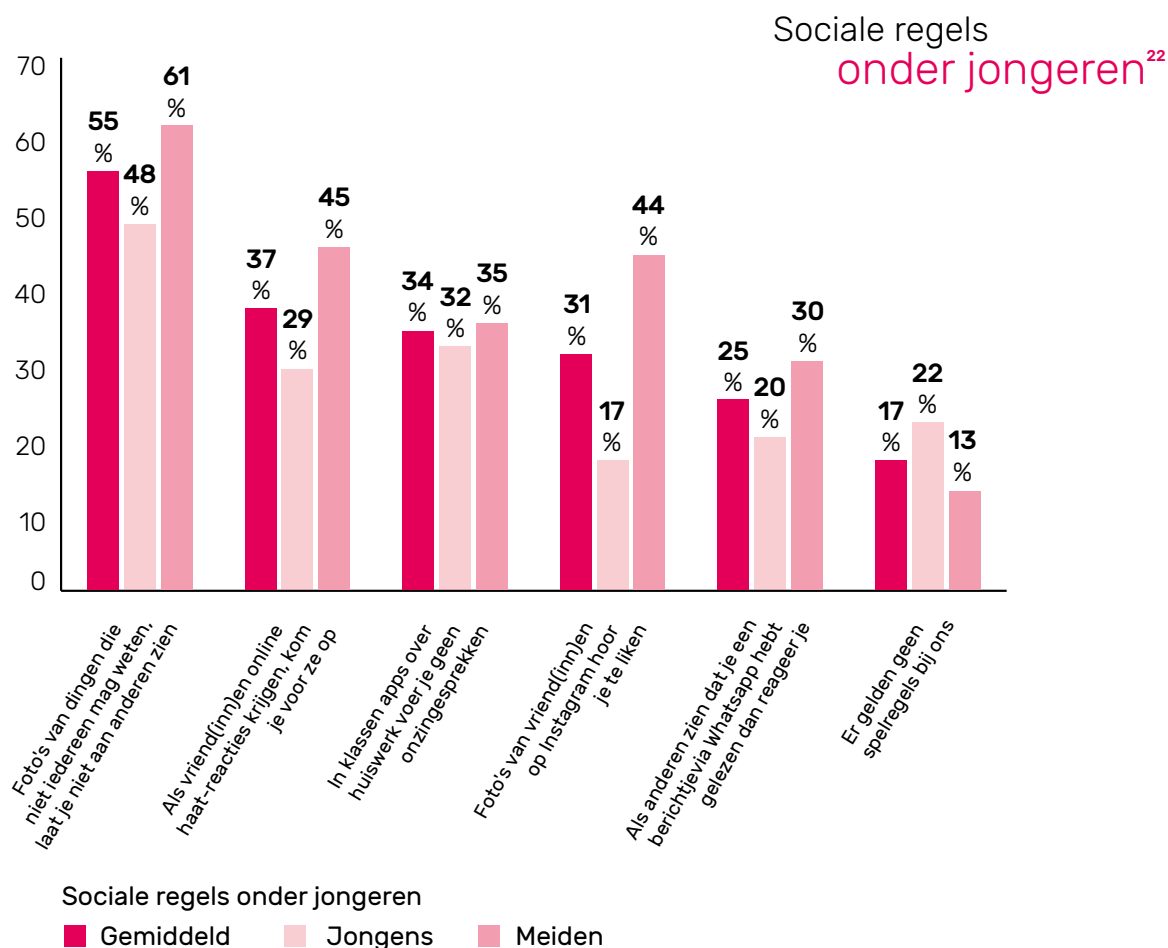
In gesprek met...

Hidde

We zitten bij **Hidde** (15 jaar, havo) in de tuin. Het is nog steeds lekker weer. Hidde hangt een beetje in zijn tuinstoel terwijl we het over WhatsApp hebben. Hidde appt met allerlei mensen vertelt hij. Ook heeft hij, net als veel andere jongeren, verschillende WhatsApp groepen. Voor school zijn er twee verschillende groepen met de klas; een waar ze *"gewoon in lullen"* en een waarin ze belangrijke info delen zoals het huiswerk en de roosterwijzigingen. *"Hoe zit dat dan precies, met die groepen? Wat is het verschil?"* Hidde schuift nog wat meer onderuit. *"In die huiswerk groep mag je niet praten, dat heeft de klas bepaald, heel irritant. Dus als je uitleg wil, vraag je dat niet in de huiswerkgroep, maar in die andere."*

## Sociale regels

Wat opvalt bij de uitleg van **Quint** is de vanzelfsprekendheid waarmee hij bepaalde keuzes verantwoordt. Sommige dingen doe je blijkbaar niet en andere dingen doe je blijkbaar wel als je met bepaalde digitale media bezig bent. In onze gesprekken, maar ook via de online vragenlijst kwamen meer ongeschreven regels langs die voor jongeren heel vanzelfsprekend zijn. Op basis van onze gesprekken hebben we in de online vragenlijst getoetst hoe het zit met de sociale regels die jongeren hanteren in hun online contact met anderen. Helder is dat het merendeel van de jongeren erkent dat er sociale regels zijn. Minder dan 1 op de 5 jongeren geeft aan dat er geen sociale regels gelden. Waarmee niet gezegd is dat die regels er binnen de context van die jongeren ook niet zijn. Het kan heel goed dat een deel van de jongeren zich meer of minder bewust is van de geldende sociale regels. Meiden geven over de hele linie aan zich meer bewust te zijn van sociale regels dan jongens. Dit verschil zien we, in mindere mate, ook tussen 12-jarigen en alle oudere jongeren. De jongste jongeren geven het vaakst aan dat er geen sociale regels bij hen gelden, namelijk 30% van hen tegenover respectievelijk 16%, 16% en 18% van de 13-, 14- en 15-jarigen.



Dat meiden zich meer bewust zijn van sociale regels die gelden in het contact ligt in lijn met het feit dat meiden 'contact maken' via digitale media vooral vormgeven door gebruik te maken van social media apps.

22 Het verschil tussen jongens en meiden zijn bij al deze sociale regels significant (95% betrouwbaarheidsinterval), behalve bij 'in klassen apps over huiswerk voer je geen onzingesprekken'.

# Gewoon 'spelen'

De jongeren uit ons onderzoek gaven aan dat zij in hun vrije tijd het liefst 1. relaxen, 2. lol hebben en 3. het gezellig hebben. Veel van de activiteiten die zij met digitale media in hun eigen domein ondernemen om in die behoeftes te voorzien draaien, na contact maken, om 'spelen'. Spelen, in de brede zin van het woord, is niet alleen leuk, maar het ontspant ook, doet je de realiteit van alledag vergeten en geeft je de kans om te doen alsof en op een veilige manier je grenzen te verkennen.

We hebben allemaal gespeeld in ons leven. En misschien doen we dat nog weleens. Ons spel vroeger had over het algemeen alleen een andere vorm dan het spel van veel jongeren nu. Waar wij na school naar buiten gingen om hutten te bouwen of gewoon te 'hangen', spelen veel jongeren van nu met digitale media. Er wordt door de jongeren van nu minder buiten gespeeld. Zo gaf 20% van de jongeren aan buiten te spelen in hun vrije tijd, tegenover maar liefst 76% die aangaf films en televisie te kijken, 59% die aangaf te 'YouTuben' en 53% die spelletjes speelt op de smartphone. Dit lijkt vooral het geval naarmate jongeren ouder worden. Zo speelde nog maar 15% van de 15-jarigen in ons onderzoek buiten tegenover 43% van de 12-jarigen. Voor jongens tussen de 12 en 15 draait 'spelen' tegenwoordig veel om gamen.

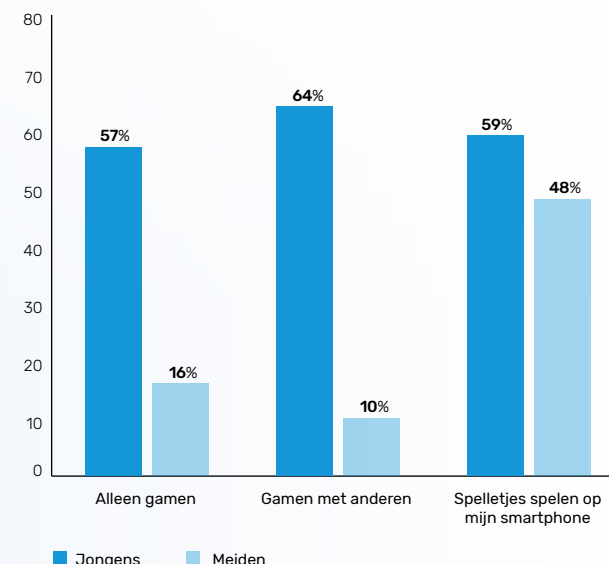
## Spelen door te gamen

Wanneer we inzoomen op het gamen blijkt uit ons onderzoek dat jongeren vooral gamen om zich te

ontspannen, of zoals **Saar** (14, vmbo) het zegt: *"Nou gewoon, veel plezier, dat je even weg van de wereld om je heen kunt zijn. En dan even relaxen. Als het op school even druk was, dan kan je relaxen. Even 'aaaah' [laat ontspanning zien], gamen zeg maar."* Twee andere belangrijke redenen voor jongeren om te gamen zijn om samen te kunnen spelen en omdat zij zich vervelen. Waarbij opvalt dat het samen gamen voor jongeren belangrijker wordt naarmate ze ouder worden. 56% van de 15-jarigen gamet om samen met anderen te zijn tegenover 39% van de 12-jarigen.

Dat 'samen spelen' geldt in het geval van gamen vooral voor jongens. Zij gamen vaker samen (64%) dan alleen (57%). **Maarten** (12 jaar, gymnasium) zegt daarover: *"Ik ga niet gamen als ik alleen game. Dan vind ik het een beetje saai. Dan kun je met niemand praten, want dan zit je gewoon... alleen."* Meiden gamen juist vaker in hun eentje (16%) dan met anderen (10%).

Wat doe jij graag in je vrije tijd?







Bijna 1 op 3 jongens  
brengt vrije tijd  
door met mensen die  
ze online tegenkomen  
om te gamen.



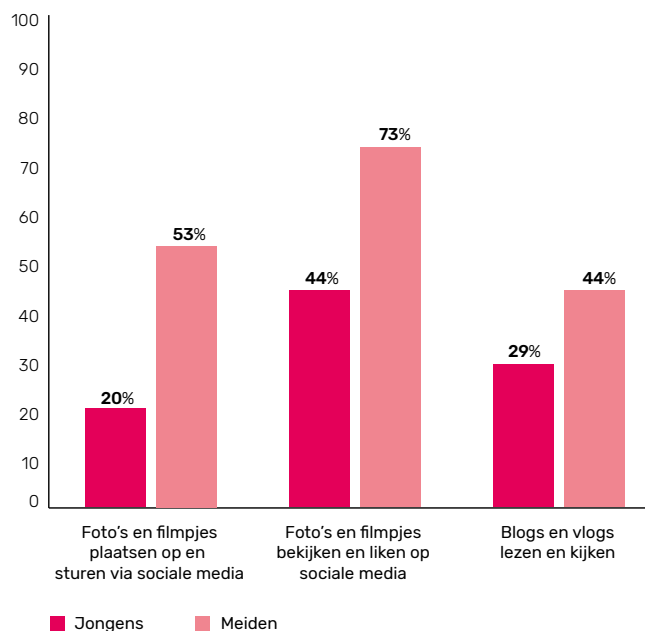
Er zijn meer opvallende verschillen tussen jongens en meiden als het gaat om gamen. Jongens (27%) gamen meer om spanning op te zoeken dan meiden (7%) en jongens (34%) gamen eerder dan meiden (12%) om te kunnen winnen. Dit bevestigt dat jongens door te gamen andere behoeftes vervullen dan meiden.

Wanneer we naar opleidingsverschillen kijken onder jongeren die gamen, zien we dat vwo-jongeren (47%) meer gamen om 'even in een andere wereld te zijn' dan havo (36%) en vmbo (37%) jongeren. Aanvullend gamen havo en vwo-jongeren (26%) weer minder vaak om te winnen dan vmbo-jongeren (34%). Een andere opvallende uitkomst van ons onderzoek is dat jongeren uit de laagste sociaal-economische klasse vaker een spelcomputer in huis hebben dan jongeren uit de hoogste sociaal-economische klasse. Waar dit mee samenhangt kunnen we op basis van ons onderzoek niet zeggen. Meerjarenonderzoek van Iene Miene Media suggereert dat een spelcomputer goedkoper is dan een investering in breedbeeld-tv of desktop.

### Spelen via social media

Anders dan de jongens spelen meiden vooral met en op social media apps als Snapchat, Instagram en bijvoorbeeld Musical.ly. De verschillen tussen jongens en meiden zijn, net als bij het gamen, aanzienlijk.

#### Wat doe jij graag in in je vrije tijd?



“Stel je voor... 3 maanden  
je smartphone missen.

“De smartphone zou ik niet zo missen. Ik gebruik hem niet zoveel als meiden, meer **alleen voor de WhatsApp** berichten. Ik doe heel **veel met m'n iPad**, die gebruik ik ook op school. Verder game ik op de **spelcomputer** veel.”

“**Niet veel verschil**. Grote dingen die in de wereld gebeuren volg ik bij het nieuws, sociale dingen hoor ik van klasgenoten, vrienden en familie. En games heb ik genoeg op de Playstation, laptop etc.”

“**Niks**. Op de pc kan ik met vrienden **skypen**. Gamers. Mijn **telefoon** gebruik ik het meest voor **WhatsApp**. Dus die mis ik dan niet.”

“Ik zou me **verloren voelen** en niet goed weten wat ik moet doen. Maar ik kan ook gamen op de computer.”

**Daisy** (12, vmbo) is fan van Instagram, maar vooral ook Musical.ly. *"Ik heb ook een app, Musical.ly en daar kan je Musical.ly's op maken. Dan heb je een bepaald geluid of liedje en dan film je jezelf, je hoort jezelf niet, maar dat liedje, en daar ga je dan op playbacken."* Daisy maakt heel veel gebruik van Musical.ly. Ze heeft 56 Musical.ly's, 532 fans en in totaal 8555 'hartjes'. Die 'hartjes' zijn belangrijk binnen Musical.ly, net als de 'kroontjes'. Mensen met een 'kroontje' op hun account vallen beter op. Daisy hoopt ooit ook een 'kroontje' te krijgen. *"In de app kan je ook worden gefeatured, worden uitgelicht. Als de makers van Musical.ly je echt heel erg goed vinden, wat je hebt gedaan, dan kunnen ze je features. Dan kan iedereen het zien en krijg je heel veel likes en krijg je heel veel volgers op je account. Ik zou het wel leuk vinden om een kroon te krijgen. Misschien als ik een keer word gefeatured..."*

Daisy speelt niet alleen in d'r eentje op Musical.ly. Soms oefent ze samen met haar vriendinnen. Dan luisteren ze gezamenlijk naar de tekst om er vervolgens de juiste gebaren bij te verzinnen voor ze met z'n allen een Musical.ly opnemen. Maar ook online speelt Daisy samen met anderen op Musical.ly. *"Je kan ook online met elkaar, als diegene jou volgt, en jij diegene, een duet maken. Dan neem jij die Musical.ly op en dan wordt het samengesteld."*

*Jij een stukje, die vriendin een stukje, dat het een beetje door elkaar loopt."* Wat hierbij opvalt is dat Daisy de meiden die ze via Musical.ly leert kennen ook vriendinnen noemt. Terwijl ze deze meiden niet in real life heeft ontmoet. Het samen online spelen is daarvoor voor Daisy blijkbaar voldoende.

### Online vrienden

**Saar** (13, vmbo) heeft net als Daisy online vrienden. Die heeft ze leren kennen door het gamen. Dit doet zij, in tegenstelling tot veel andere meiden van haar leeftijd, samen met anderen die tegelijkertijd met haar online zijn. Zo kent ze ongeveer 30 mensen die zij online regelmatig tegenkomt. Met 10 van die mensen, haar 'digitale vrienden', speelt zij het meest. *"De meesten zijn van mijn leeftijd. Er zijn er ook een paar van 12 en ook een van 16 en ik dacht ook een van 17. Uit België, Nederland en ik heb ook een vriend uit Engeland."* Dit zijn mensen die Saar als 'echte' vrienden beschouwd en waarvan zij het gevoel heeft dat ze hen goed kent. *"Je weet hoe ze eruit zien en je weet hoe ze reageren en hoe ze dingen aanpakken... en ook hoe ze reageren als je met ze praat. Wat je dan kunt verwachten. En ik weet ook wel wat van hun privéleven. Want van een paar zijn de ouders gescheiden, dat soort dingen."*

Fysieke nabijheid is voor jongeren niet voorwaardelijk voor het **ervaren van vriendschap** online.

Slechts **5%** van de jongeren spreekt weleens af met vriend(inn)en die ze **online** hebben **ontmoet**.

Het is niet zo dat Saar met iedereen die ze online tegenkomt vrienden wordt. Ze vindt het belangrijk om mensen echt te leren kennen en ze wil ze kunnen vertrouwen. Ze heeft zo haar manieren gevonden om daar een goed gevoel over te krijgen. *"Ik moet ze echt goed vertrouwen en dat duurt wel even. Ik ken ze gewoon lang genoeg en ik heb genoeg met ze gepraat. Ik heb zeg maar genoeg bewijs...want dan sturen ze ook nog weleens spraakberichten... en ook foto's van 'kijk, ik sta nu bij de Eiffeltoren'.* Het contact dat Saar met haar online vrienden heeft gaat dus verder dan het samen spelen. En ze bespreken meer dan alleen het spel met elkaar. *"Als we niet spelen,*

*praten we ook over het leven en van 'hoe ging het vandaag?'; dat soort dingen."* Als we Saar vragen of ze haar online vrienden eens in het echt wil ontmoeten, blijkt dat voor haar helemaal niet nodig. Het zou natuurlijk kunnen, maar als ze echt ver weg wonen, dan hoeft het wat haar betreft niet. De fysieke nabijheid van haar online vrienden is voor Saar niet voorwaardelijk voor het ervaren van vriendschap. Hun digitale 'nabijheid' blijkt eigenlijk veel belangrijker. *"Af en toe zijn er geen vrienden online...dan ben ik wel wereldwijd maar dan kan ik niet met ze communiceren. Dan denk je van 'mmm nu ben ik wel een beetje alleen."*

"Als we niet spelen,  
praten we ook  
over het leven."



"Af en toe zijn er geen  
vrienden online... dan ben  
ik wel wereldwijd maar dan  
kan ik niet met ze communiceren.  
Dan denk je van 'mmm nu ben  
ik wel een beetje alleen'."

# Dagelijkse **ontdekkingstocht**

Zoals eerder genoemd geven jongeren aan in hun vrije tijd het meest te leren van hun ouders (34%) en minder van hun vrienden (slechts 15 % van de jongeren geeft aan het meeste van hun vrienden te leren). Ze brengen hun vrije tijd echter veelal (online) met elkaar door, in een eigen wereld waarin zij juist vrij van hun ouders zijn. Een wereld van ongekende mogelijkheden die in een rap tempo aan hen voorbijgaan.

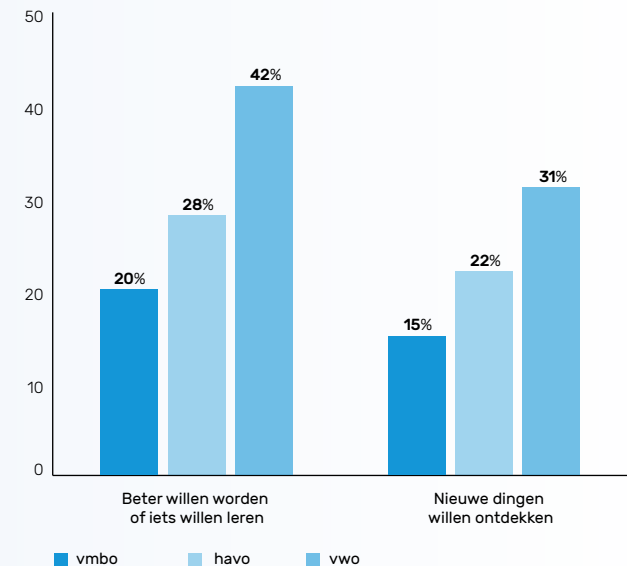
Snelle filteraars als ze zijn, lijken ze in staat om binnen al die mogelijkheden hun weg te vinden. Maar weten ze hoe ze die kunnen benutten? En zijn ze zich bewust van de invloed die zij op elkaar hebben door samen online te zijn, de mogelijkheden te ontdekken en zich te ontwikkelen? Zou het kunnen dat jongeren zich meer bewust zijn van wat ze van hun ouders leren (in hun vrije tijd) en zich minder bewust zijn van wat ze van hun vrienden (en anderen) in hun vrije tijd leren?

## Sociale vaardigheden

In de eigen wereld die jongeren online met elkaar creëren maken zij contact met elkaar, 'spelen' zij met elkaar en ontwikkelen zij 'spelenderwijs' nieuwe kennis en vaardigheden. Niet alleen technische kennis en vaardigheden, maar ook sociale kennis en vaardigheden. Zoals **Sabine**.

We ontmoeten **Sabine** (15, havo) op de scouting. We zitten aan de rand van het bos rond een gedoofd kampvuur. Sabine is net terug van een week kamp. Ze vertelt dat ze veel gamet met anderen en hoe ze zich online vrijer voelt om te zeggen wat ze wil. *"Je hebt iets meer vrijheid in hoe je spreekt. Dat je andere dingen kan zeggen. Dat je... stel, je zegt iets raars, dan is dat niet perse 'raar'."* Ze realiseert zich dat ze die vrijheid ook zou kunnen misbruiken, dat ze mensen *"keihard kan afkatten"* omdat ze niet tegenover ze zit, maar achter een scherm. Maar dat doet ze niet, *"want dat is gewoon niet aardig"* en ze gebruikt die vrijheid liever om over onderwerpen te praten waar ze het thuis niet over heeft. Thuis praat ze veel over school. Of het gesprek gaat over haar broers en hun opleidingen. Als ze Minecraft speelt kan ze het over andere dingen hebben, *"filosofische dingen, ideologen, bepaalde stromingen van politiek"*. Als we het hebben over hoe dat dan werkt, zo'n gesprek online legt ze uit dat het eigenlijk precies zo gaat als in een gewoon gesprek; eerst heb je het hierover en dan daarover en zo rol je van het ene in het andere onderwerp. *"En wat leer je daar dan van?"* Sabine denkt even. *"Hoe anderen dingen zien, wat soms wel handig is."*

Een deel van wat jongeren willen halen uit hun **vrije tijd** naar opleidingsniveau.



Deze percentages laten zien hoeveel procent van de jongeren heeft aangegeven dit belangrijk te vinden in zijn/haar vrije tijd.

## Doelbewust

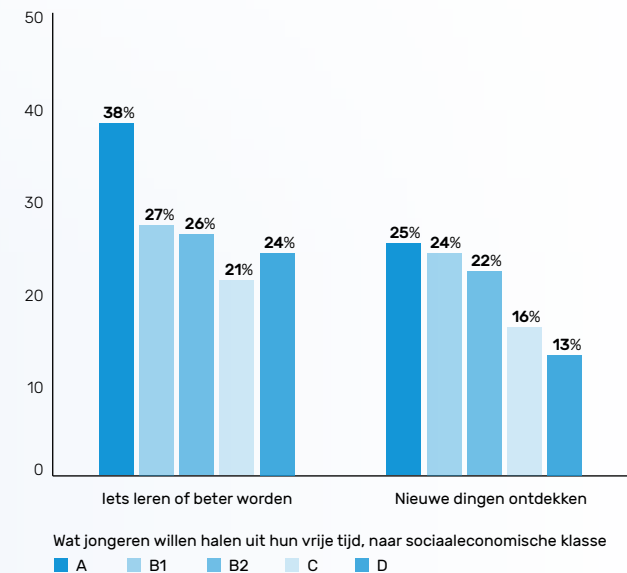
Sommige jongeren maken heel doelbewust gebruik van digitale media om nieuwe kennis en vaardigheden te leren. Omdat ze het leuk vinden om iets te leren, nieuwe dingen willen ontdekken of omdat ze ergens beter in willen worden. Uit de online vragenlijst komt naar voren dat dit vooral geldt voor hoger opgeleide jongeren en jongeren uit een hogere sociaal-economische klasse. Juan is daar een mooi voorbeeld van.

Uit de online vragenlijst kwam ook naar voren dat sommige jongeren, zoals **Juan**, in hun vrije tijd behoefte hebben aan het opzoeken van spanning. Juan zoekt die spanning op door rond te kijken op *the deep web*. Hij kan haarfijn uitleggen hoe je daar je weg kunt vinden op zoek naar wapens, drugs en huurmoordenaars. *"Ik doe het niet vaak, bijna nooit. Ik denk zo'n 2 keer per maand. Officieel is het niet illegaal, maar wapens bekijken, drugs bekijken, ik vind het interessant hoe dat werkt, waar je het koopt,*

**Juan** (15, Gymnasium) spreken we in de huiskamer van zijn vader. Er is verder niemand thuis. Zijn vader is aan het werk in zijn praktijk en zijn broertje is bij zijn moeder. Als we het met Juan over zijn gebruik van digitale media hebben, blijkt al snel dat hij doelbewust gebruik maakt van bepaalde apps op zijn iPhone. "Ik zoek echt waanzinnig veel dingen op, op het internet. En ik leer met de Time Tracker om mijn dag in te plannen. En ik gebruik Kaarten om dingen te vinden." Als we het even later over school hebben, blijkt dat hij ook een app heeft ontdekt waarmee hij zijn geschiedenisproefwerk kan voorbereiden; een app waarmee hij in de huid van

Churchill kruipt en zijn beslissingen moet maken. Juan lacht erom. "Ik ben wel de enige die dit zo doet, weirdo, maar het is gewoon een manier waarop ik leer, omdat het met beelden werkt, ik leer beter als ik het voor me zie." Terwijl we met Juan in gesprek zijn horen we dat hij ook minder doelbewust nieuwe dingen leert. Vooral in het contact met anderen. "Bijvoorbeeld als je het hebt over eten, dan zegt iemand van 'goh er is een Jamie Oliver app; wist je dat een ei de grootste cel is?' of iemand stuurt een foto met een quote of een weetje, daar leer je ook van. Van die kleine onnodige weetjes, maar wel interessant."

Een deel van wat jongeren willen halen uit hun vrije tijd naar sociaal-economische klasse.<sup>23</sup>



De sociaal-economische klasse is een indeling van de populatie op basis van de combinatie beroep en opleiding (van de ouders van de jongeren in dit geval). Hierbij geldt dat A= 'welgestelden', B1 = 'bovenlaag middengroep', B2 = 'onderlaag middengroep', C= 'minder welgestelden', D= 'minst welgestelden'

<sup>23</sup> Bij 'iets leren of beter willen worden' is het verschil tussen de hoogste sociale klasse (A1) en de overige sociale klassen significant (95% betrouwbaarheidsinterval). Bij 'Nieuwe dingen ontdekken' is het verschil tussen sociale klassen A, B1 en B2 enerzijds, en sociale klassen C en D anderzijds, significant (95% betrouwbaarheidsinterval).



wat de prijzen zijn. Ik vind het fascinerend hoe makkelijk het is om illegale dingen te doen.” Juan legt uit dat hij ‘dit soort dingen’ vooral bij bepaalde vrienden thuis doet. Zo heeft hij een vriend die hem heeft laten zien hoe je kunt hacken. Hij vertelt er glunderend over. “Hij doet het voor het grootste deel voor z’n lol, maar hij heeft een keer bij een leraar, een leraar die het kon hebben, een usb in zijn computer gedaan zodat hij die computer kon besturen. Die leraar was ook echt een digibeet. Met die usb kon hij op het digibord een film laten zien en een pen selecteren en tekenen op het bord. En iedereen moest op z’n computer werken op dat moment dus de leraar kon niet zien wie het was.” Juan heeft geprobeerd om online, informatie te vinden waarmee hij zelf ‘dingen’ kon hacken, maar daar kwam hij niet heel ver mee dus helpt zijn vriend hem. “Ik weet niet hoe hij het kan, maar ik zit dan gewoon naast hem en leer het van hem”.

## Gaandeweg

Ook ontwikkelen jongeren nieuwe kennis en vaardigheden terwijl ze het web (of beter gezegd YouTube en Instagram) afstruinen en toevallig iets tegenkomen. **Daisy** (12 jaar, vmbo) zegt daarover: “Ja, ik leer wel dingen van YouTube, soms, als ik iets niet weet...of soms zijn er van die technische dingen. Dat is ook op Instagram, dan doen ze iets

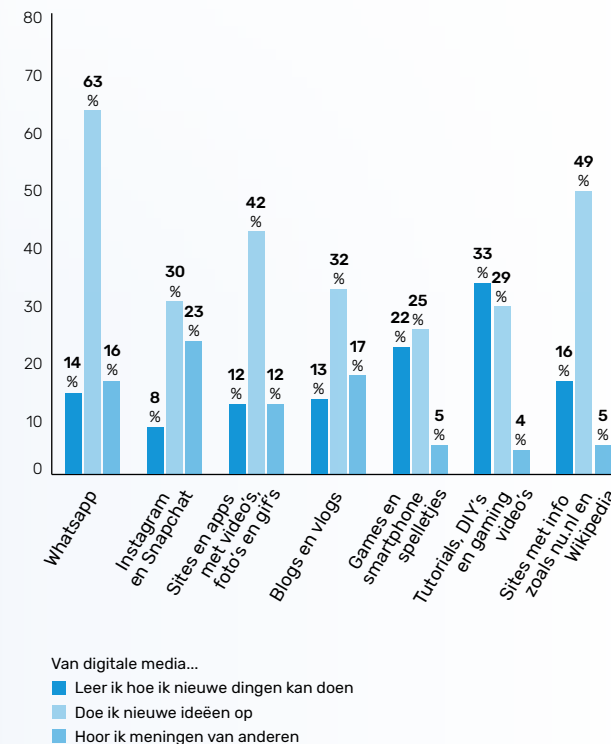
doormidden en zie je helemaal hoe dat eruitziet. Dat is wel gaaf.” **Quint** (14, havo) legt uit dat de ene ontdekking helpt bij het vinden van de andere ontdekking. “Je leert het niet echt, het is gewoon van...je ontdekt dingen. Dat is handig, dat is leuk. En dan komt het meer op gang en dan doe je het meer.”

We hebben onze jongeren in de online vragenlijst gevraagd hoe digitale media hen helpen in hun vrije tijd. Daaruit blijkt dat jongeren vooral nieuwe kennis en ideeën opdoen via digitale media. Dit is het sterkst voor informatieve sites (49%) en sites/apps met leuke video’s, gifs, plaatjes, etc (42%). Daarnaast leert een derde van de jongeren (33%) hoe je dingen doet via tutorials, DIY’s etc. De verschillen tussen jongens en meiden zien we het meest in wat zij leren van games: 36% van de jongens doet nieuwe ideeën en kennis op via games en smartphone spelletjes tegenover 15% van de meiden.

## Afkijken van rolmodellen

Het lijkt erop alsof jongeren ook vaardigheden ontwikkelen met behulp van voor hen relevante rolmodellen en dan met name vloggers en gamers. Voor elke niche interesse is op YouTube wel een kanaal te vinden van een jongen of meid die vaak niet eens heel veel ouder is dan onze jongeren. Paardenmeisjes, beautyvloggers, jongens die alles

## Wat jongeren leren van digitale media.



Percentage jongeren dat heeft aangegeven dit te leren van deze bronnen.

van auto's afweten of uitleg geven over drones, het aanbod is eindeloos. Wat opviel in de online vragenlijst is dat jongeren het vooral waarderen wanneer online rolmodellen *"positief", "anders dan anderen", "zichzelf zijn"* en *"laten zien dat je veel meer kunt dan je denkt"*.

**Daisy** (12 jaar, vmbo), die veel op Musical.ly zit en precies weet hoe je een muziekclip maakt, heeft daar naar eigen zeggen *"heel veel"* in d'r eentje op geoefend. Maar ze kijkt ook regelmatig online 'hoe het moet'. *"Je hebt ook YouTube filmpjes, van dat ze het uitleggen, hoe ze het doen. Die kijk ik soms ook. Van bekende mensen die daar bekend mee zijn."*

**Maarten** (12 jaar, gymnasium) kijkt ook veel online. *"Dan kijk je gewoon op YouTube, hoe alles werkt. Als je het niet snapt tijdens het spel. Bijvoorbeeld bij Drive Club, daar moet je races winnen, krijg je eerst een uitleg van het spel, van zo schakel je en zo stuur je, zo geef je gas en zo rem je en dan begin je gewoon."*

### Leren door te gamen

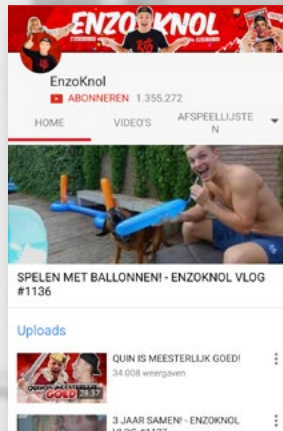
Maarten zoekt online dus uit hoe hij een spel het beste kan spelen, maar door het spelen van games leert hij ook andere vaardigheden die hij buiten het spel in kan zetten. Zo leren veel gamende jongeren spelenderwijs Engels, omdat dat de voertaal is als je 'wereldwijd' speelt. Maarten: *"Ik leer van de Playstation het meeste, want je praat Engels met de andere mensen, want je kent ze niet en je weet niet, zijn ze Nederlands of Duits ofzo en dan ga je gewoon in het Engels met ze praten."* En net als Sabine leert Maarten ook sociale vaardigheden door te gamen. *"Je leert om het ergens over eens te zijn. Met zijn vieren heb je veel sneller een soort van argument van wat moet er gebeuren want iedereen heeft wel zijn eigen mening, meer dan met zijn tweeën. Maar juist daar, als je dat met zijn vieren gaat doen, dan kun je daar een compromis in vinden."*

Veel gamende jongeren  
leren spelenderwijs Engels,  
omdat dat de voertaal  
is als je 'wereldwijd' speelt.

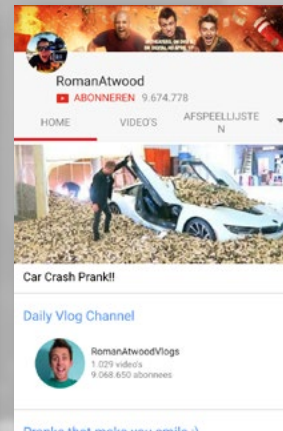




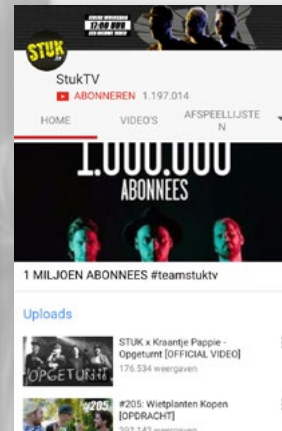
## Vloggers



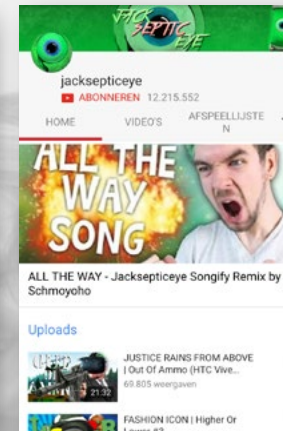
Enzo Knol



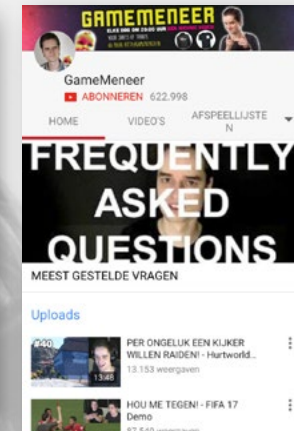
Roman Atwood



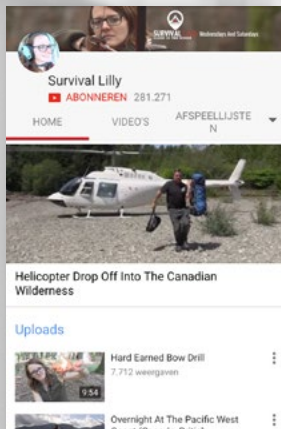
Stuk TV



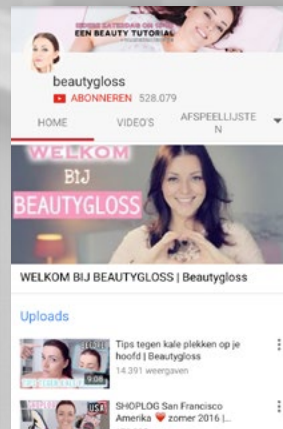
Jack Septic Eye



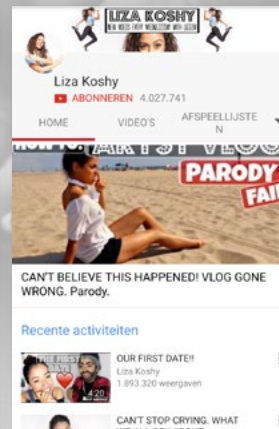
Game Meneer



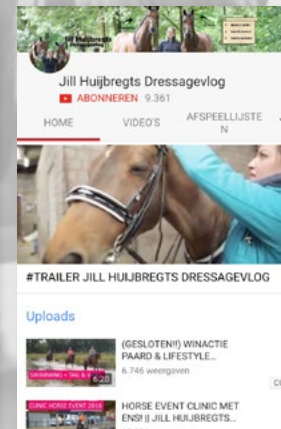
Survival Lilly



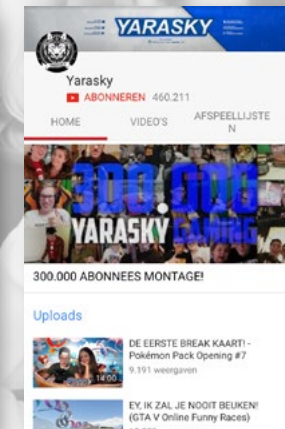
Beauty Gloss



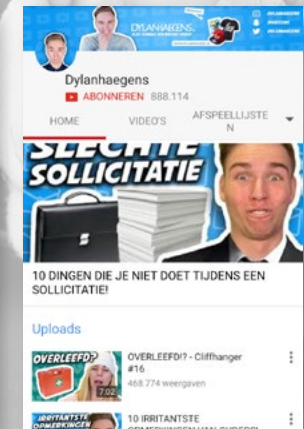
Liza Koshy



Jill Huijbregts



Yarasky



Dylan Haegens

# Slotwoord

“Met deze verkenning hebben we een eerste stap gezet in de digitale leefwereld van jongeren en wat zij in hun vrije tijd doen met digitale media.

Door hen te benaderen als experts binnen hun eigen domein hebben we mee kunnen kijken in een wereld die tot op heden voor een deel verborgen bleef en hebben wij ons beeld van hun wereld, en wat daarin gebeurt, kunnen verruimen.

Hierdoor hebben wij hun normen, waarden en dat wat voor hen betekenis heeft binnen de context van digitale media, beter leren kennen. Daarnaast heeft het ons veel aanknopingspunten gebracht voor vervolgonderzoek. Dank Hidde, Daisy, Quint, Maarten, Saar, Karlijn, Juan, Sabine, Mira, Bram en Joost voor jullie vertrouwen, het plezier en de inzichten die jullie ons hebben geschonken. We hopen dat we met deze verkenning andere professionals inspireren om met jullie verhaal aan de slag te gaan.”



**Sophie Geelen**



**Marrije Prins**

# Expertsessie

Op 31 oktober 2016 zijn de resultaten van het onderzoek gedeeld met professionals die vanuit hun werk of relatie te maken hebben met jongeren in hun vrije tijd, zien hoe jongeren media inzetten of onderzoek hebben verricht naar jongeren, hun vrijetijdsbesteding of mediawijsheidcompetenties. Het doel: zicht krijgen op verdiepende vragen voor vervolgonderzoek.

## Algemeen

De verkenning geeft een goed inzicht in de belevingswereld van jongeren. Eerder onderzoek gaf zicht op hoe jongeren digitale media gebruiken om te leren en huiswerk te maken. Nu staat hun online vrijetijdsbesteding centraal. Juist daarom is het gegeven dat de invloed van ouders groot is, een opvallende uitkomst. Ouders hebben immers vaak het gevoel dat pubers weinig van hen aannemen. In de interpretatie van uitkomsten is het belangrijk om goed voor ogen te houden dat de verkenning weergeeft hoe jongeren het zelf zien en ervaren. Aan ons de uitdaging om er met een open houding meer van te willen weten. Enkele andere opvallende uitkomsten waar dat ook voor geldt:

- Jongeren houden rekening met privacy, veiligheid en het bewaken van hun identiteit
- Specifiek en bewust vormgegeven online contact via WhatsApp, Instagram en Snapchat
- Fysieke nabijheid is minder belangrijk voor het ervaren van echte vriendschap dan digitale nabijheid

- Verschil in motivatie om nieuwe dingen te willen ontdekken of iets willen leren
- Verschil in wijze waarop ze digitale media gericht inzetten
- Onervarenheid met online aankopen
- Vanzelfsprekendheid van online netwerken en het hanteren van ongeschreven regels
- Lage score stelling 'Als vriend(inn)en online haatreacties krijgen, kom je voor ze op'

In een eerdere expertsessie stelden we vast dat we ons niet moeten gaan begeven in het vrijetijd domein en dat we er vooral niet moeten willen sturen. Daar komt een ander inzicht bij. Online is te zien als een vierde socialisatieomgeving. De smartphone is onmisbaar geworden in de identiteitsontwikkeling van jongeren. In andere socialisatieomgevingen laten we jongeren ook niet helemaal los voordat we ze begeleid hebben laten leren. Bovendien zijn we daar scherp op wie extra ondersteuning kan gebruiken bij het ontwikkelen

Wat zijn belangrijke bevindingen?

Wat zijn relevante thema's?

Wat kunnen we met die inzichten?

Waar willen we méér van weten?



van competenties om te kunnen profiteren van kansen die media bieden. Om te bepalen of we een taak hebben in het vrijetijd domein moet vervolgonderzoek erop gericht zijn om jongeren in dat domein beter te begrijpen; wat gaat goed? wat kan beter?

### Vervolg vragen

Vanuit verschillende perspectieven is nagedacht over wat we meer willen weten van hoe jongeren op zichzelf, in hun vrije tijd, alleen en met anderen, mediawijzer worden. Welke inzichten zijn voor ouders belangrijk? Welke voor het onderwijs en partijen die met en voor jongeren werken? En voor jongeren zelf? De uitkomsten zijn geclusterd naar drie aandachtsvelden waar verdieping wenselijk is. Een selectie:

### Belevingswereld jongeren

1. Wat verstaan jongeren onder vriendschap? Hoe ziet dit er online uit? Op welke manieren maken jongeren online contact met anderen? Wanneer vertrouw je iemand?

2. Wat verstaan jongeren onder privacy? Hoeveel informatie deel je? Waar liggen grenzen? Is er druk van commercie, school of ouders?
3. Aan welke mediaopvoeding van ouders hebben jongeren behoefte? Zijn ouders streng genoeg? Zien ze bepaalde opvoedaspecten over het hoofd? Waar kunnen ze meer stimuleren?
4. Welke trends en ontwikkelingen zien zij zelf?

### Mediawijsheidvaardigheden

1. Hoe leren jongeren graag? Laagopgeleide jongeren kijken meer naar vlogs dan hoogopgeleide jongeren. Wat leren zij daarvan? Welke leerstrategieën hanteren zij?
2. Welke invloed hebben vloggers en YouTubers op jongeren?
3. Wat zijn de behoeften van jongeren zelf om mediawijs te worden? En waarbij vragen ze om ondersteuning?
4. Welke 21e eeuwse vaardigheden kunnen jongeren (onbewust) al heel goed? Weten zij kennis en vaardigheden gericht in te zetten? Waar zijn ze onbewust onbekwaam?

### Invloed van ouders en professionals

1. Gedrag, waarden en normen van ouders klinken door in de denkbeelden van jongeren. Maar hoe mediawijs zijn ouders zelf en hoe werkt dat door naar het vrijetijd domein?
2. Wat moet elke volwassene weten over jongeren? Welke basiskennis moet bekend zijn?
3. Hoe werkt mediaopvoeding in de praktijk? Hoeveel ruimte en vrijheid krijgen kinderen? Wat is de attitude ten aanzien van het vrijetijd domein?
4. Hoe kunnen we de behoeften en voorkeuren van jongeren vertalen naar beleid en lespraktijk van de school? En naar ouders en naschoolse opvang?

### Ten aanzien van het vervolgonderzoek adviseren experts:

1. Betrek jongeren actief bij het onderzoek. Laat ze ook reageren op deze verkenning.
2. Betrek ook andere doelgroepen (ouders, onderwijs, jongerenwerk, politie).

**Mary Berkhout**

Programmamanager Mediawijzer.net

# Met dank aan:

**Krista Okma** - Adviesbureau Okma

**Mimi van Dun** - Beeld en Geluid

**Tewatha Muller** - Bureau Jeugd & Media

**Manon Sandee** - Eye Film

**Sophie Vijgen** - Eye Film

**Fiene van Loock** - Family Factory

**Rianne Koelman** - Fonds 21

**Christa de Graaf** - Inholland

**Joke Hermes** - Inholland

**Sharona Tawjoeram** - Inholland

**Rosalie Visser** - Inholland

**Nina Hoek van Dijke** - Jong & Je Wil Wat

**Marieke Rikken** - Kidsweek/Kidsweek in de Klas

**Femke Ruiter** - Kidsweek/Kidsweek in de Klas

**Eren Aydogan** - MET Heerhugowaard

**Heide Goris** - Mediawijzer.net

**Samia El Abodi** - Mira Media

**Nural Orucu** - Mira Media

**ArnoudGrootenboer** - Nationale Politie

**Justine Pardoën** - Ouders Online

**Liliane van Lier** - SARV

**Klaartje Schungel** - SocialmediaIMPACT

**Gabrielle Schouten** - Vodafone

**Bianca Berndsén** - Webcoach4kids



# Colofon

## Vanzelf Mediawijs?

Het onderzoek 'Vanzelf Mediawijs?' is een eerste verkenning van Mediawijzer.net om de komende jaren zicht te krijgen op wat er in het domein Vrije tijd gebeurt; hoe worden jongeren op zichzelf en met elkaar mediawijzer?

## Onderzoeksopzet, etnografisch en kwantitatief onderzoek, analyse en rapportage

Sophie Geelen en Marrije Prins

## Dataverzameling kwantitatief onderzoek

Kantar Public

## Verslag expertsessie

Mayke Calis

## Grafisch ontwerp

Optima Forma bv

## Fotografie

Beeldbank Kennisnet, iStock, Etienne Oldeman, Reyer Boxem, Rob Jacobsen en Babet Hogervorst.

## Projectcoördinatie

Solange Jacobsen

## Supervisie

Mary Berkhout

## Over Mediawijzer.net

Mediawijzer.net is het Nederlands netwerk voor mediawijsheid dat in 2008 is opgericht op initiatief van de Ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Jeugd en Gezin. Mediawijzer.net heeft tot doel om de mediawijsheid van jongeren van 0 tot 18 jaar te bevorderen.

Meer dan 1000 organisaties, bedrijven en instellingen op het gebied van mediawijsheid hebben zich bij Mediawijzer.net aangesloten. Zij zijn werkzaam in de media, bieden voorlichting, lesmateriaal, workshops, handboeken, projecten en doen onderzoek naar mediawijsheidsonderwerpen.

e-mail: [info@mediawijzer.net](mailto:info@mediawijzer.net)

website: [www.mediawijzer.net](http://www.mediawijzer.net)

en [www.mediawijsheid.nl](http://www.mediawijsheid.nl)