



APESTAARTJAREN 3



JEUGD
WERK
NETBE

--> ONDERZOEKS RAPPORT

www.apestaartjaren.be

Inhoudstabel

Voorwoord.....	2
DEEL 1: Onderzoek Lagere School.....	3
Methodologie	4
De Resultaten	4
1. Profiel van de kinderen.....	4
2. Bezit nieuwe media	5
3. Gsm	6
4. Gaming.....	7
5. Computer en internet.....	8
6. Sociale Netwerksites.....	10
7. Regels en afspraken.....	12
Conclusies.....	14
DEEL 2: Onderzoek Middelbare School.....	14
Methodologie	16
De Resultaten	18
1. Algemene evolutie: Apestaartjaren 2008-2010	18
2. Profilering van mediagebruik en -bezit.....	19
3. Achtergrond van de jongeren in de steekproef.....	21
4. Televisie	23
5. Gsm	26
6. Gaming.....	31
7. MP3-spelers	35
8. Computer en Internet.....	35
9. web 2.0 en user-generated content.....	44
10. Sociale Netwerksites (SNS)	46
11. Online vriendschappen.....	51
12. De jonge duizendpoot: multitasking.....	52
13. Met wie communiceren jongeren via ICT?.....	53
Conclusies.....	55
Aanbevelingen	57
Bijlagen	59

Voorwoord

Voor de derde keer organiseren Graffiti Jeugddienst vzw en Jeugdwerknet vzw de studiedag Apestaartjaren over jongeren en nieuwe media.

Bij elke editie vinden we het belangrijk om niet enkel actuele tendensen te laten zien en experts aan het woord laten, maar om zelf ook de vinger aan de pols te houden door een eigen onderzoek. We willen niet enkel over jongeren praten, maar hen ook zelf aan het woord laten. Welke media bezitten ze? Wat doen ze op het internet? Wat vinden ze van sociale netwerksites? Welke afspraken gelden thuis? Allemaal vragen waarop we een antwoord zochten in ons onderzoek.

Voor deze derde editie hebben we geprobeerd om het onderzoek grootser en professioneler dan ooit aan te pakken. We sloten een samenwerkingsverband met MICT/IBBT, waardoor het onderzoek bij meer dan 1700 jongeren uit het middelbaar volledig wetenschappelijk opgevolgd en uitgevoerd werd. Daarnaast deden we in eigen beheer ook een steekproef bij 200 kinderen uit het vijfde leerjaar van de lagere school. Een doelgroep waarover tot vandaag heel weinig cijfermateriaal over bestond.

Onze dank gaat uit naar Cédric Courtois, Peter Mechant en Prof Dr. Steve Paulussen van de Onderzoeksgroep Media & ICT (MICT), Vakgroep Communicatie-wetenschappen van de Universiteit Gent en het Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtechnologie (IBBT) voor de fijne samenwerking en de wetenschappelijke coaching. Voor het onderzoek in de lagere school danken we Jeroen Bracke en Evert Saver voor de enquêtering en verwerking van het cijfermateriaal.

Ook onze dank aan de directie en leerkrachten in de 18 Oost-Vlaamse lagere en middelbare scholen voor hun medewerking aan het onderzoek en natuurlijk aan alle kinderen en jongeren voor het invullen van de enquête.

Veel leesplezier,

Namens de Apestaartjaren-stuurgroep,

Kristof D'hanens (Jeugdwerknet vzw)
Andy Demeulenaere (Jeugdwerknet vzw)
Birgit Segal (Graffiti Jeugddienst vzw)
Bart Vanhoenacker (Graffiti Jeugddienst vzw)



Meer weten?

www.apestaartjaren.be is hét platform voor elke jeugdwerker die meer wil weten over jongeren en nieuwe media. Lees het nieuws, volg de blogs en herbekijk de presentaties van de verschillende studiedagen.



**DEEL 1:
Onderzoek Lagere School**

Methodologie

Papieren enquête

Onderzoek over jongeren en nieuwe media focust zich vaak op 12-18 jarigen. Toch weet elke jeugdwerker dat ook jongere kinderen vaak wizards zijn als het op gsm, computer en internet aankomt. Of is dat maar schijn?

Geprikkeld door dat idee, beslisten we om voor deze derde editie ook een **steekproef** te doen in het **vijfde leerjaar van de basisschool**. Niet met de ambitie om er een wetenschappelijk werkstuk van te maken. Wel met de bedoeling om een **aantal tendensen** bloot te leggen en ons buikgevoel al dan niet bevestigd te zien.

In **december 2009** trokken we met een **papieren enquête** naar een aantal scholen in Gent-centrum (Sint-Lieven, Sint-Paulus, Sint-Pieters) en in de minder grootstedelijke omgevingen van Oudenaarde (KBO Sint-Jozef), Eeklo (De Meidoorn) Wetteren (De Korenbloem). Daarnaast peilden Jeugdwerknets en Graffiti Jeugddienst in de **paasvakantie van 2010** naar de mening van andere kinderen door middel van **focusgroepen**.

De Resultaten

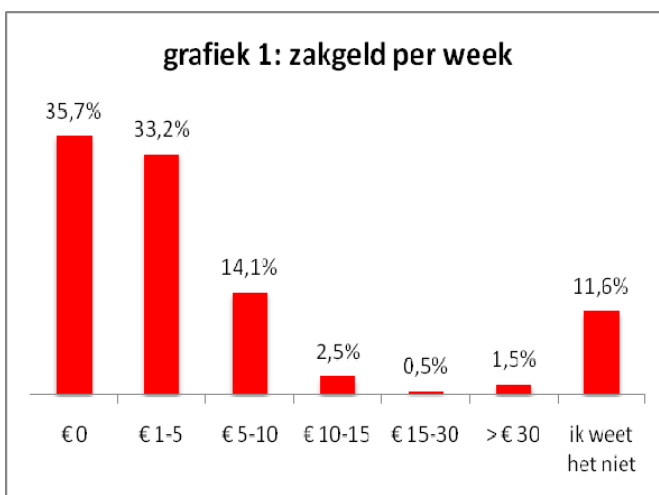
1. Profiel van de kinderen

Profiel respondenten

“Ik krijg eigenlijk geen zakgeld. De spelletjes krijg ik vaak van mijn grote broer. Die werkt al, en als we hem met iets helpen, dan krijgen we een halve euro of zo. Dan sparen wij een beetje en de rest betaalt mijn broer.” (Erika, 10 jaar)

In totaal deden **199 kinderen** (100 jongens en 99 meisjes) uit het vijfde leerjaar aan dit onderzoek mee. Zonder rekening te houden met zittenblijvers en andere uitzonderingen zijn de respondenten dus **geboren in de jaren 1999 en 2000**.

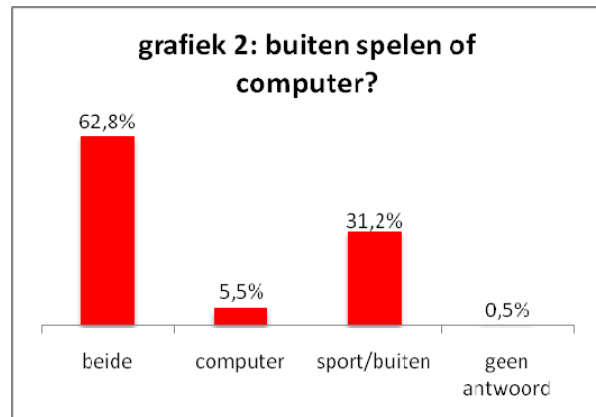
zakgeld



Ruim een derde van de bevroagde kinderen (35,7%) geeft aan **geen zakgeld** te krijgen. Nog eens een derde (33,2%) krijgt €1-5 zakgeld per week. De rest verspreidt zich over de categorieën €5-10 (14,1%), €10-15 (2,5%), € 15-30 (0,5%), > €30 (1,5%) en 'ik weet het niet' (11,6%). Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen jongens en meisjes op dit vlak. Of er een link is tussen het al dan niet krijgen van zakgeld en het zelf kopen van nieuwe media bekijken we iets verderop.

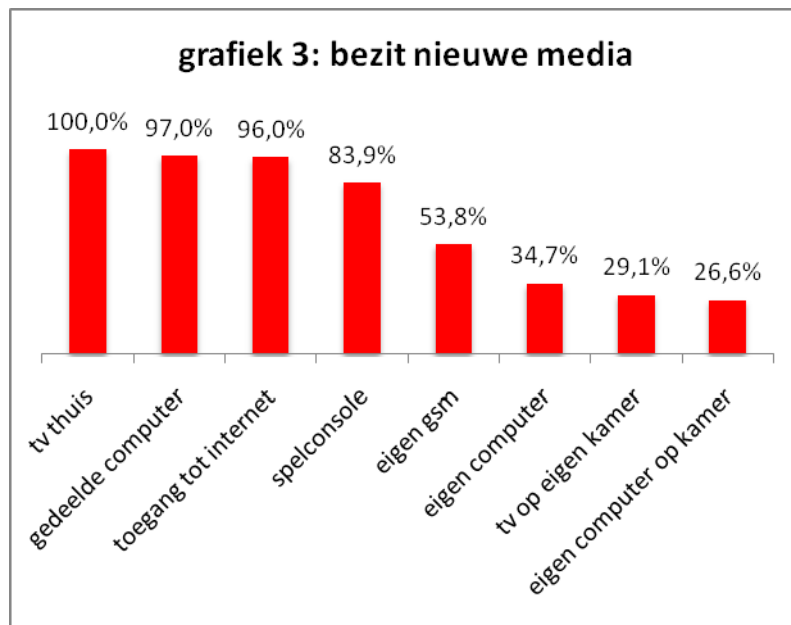
Buiten spelen of computer?

Kinderen zitten niet graag stil. Dat blijkt ook uit grafiek 2: **31,2% van de kinderen verkiezen sporten of buiten spelen boven de computer, al zou de grote meerderheid de twee het liefst combineren (62,8%)**. Het aandeel van de kinderen voor wie enkel de computer telt, is gering (5,5%). Het geslacht speelt hierin geen doorslaggevende rol.



2. Bezit nieuwe media

“Alles aan mijn gsm is belangrijk, ik zou echt niets kunnen missen. Ook het uitzicht is belangrijk: hij moet roze zijn met glinsters erop. En hij mag niet te vlug kapot gaan. Het moet geen dure zijn, maar toch liefst wel, zeker als mijn vriendinnen ook zo’n gsm hebben.” (Evelyne, 10 jaar)



De **televisie** is alomtegenwoordig in de Vlaamse huiskamers: iedereen heeft er één. Dit gaat (bijna) ook op voor de te delen **computer** (97,0%) en toegang tot **internet** (96,0%). 29,1% van de respondenten heeft een televisie op de eigen kamer, 34,7% beschikt over een **eigen computer** en bij 26,6% staat die **op de slaapkamer**. Ook een **spelconsole** is populair: 83,9% heeft er eentje thuis. Bij al deze cijfers vinden we weinig verschillen tussen jongens en meisjes.

Meer dan een derde van de kinderen die thuis op internet kunnen surfen (35,6%), kunnen dat doen **zonder dat de ouders het zien**.

Link zakgeld-gsm

Statistische analyse maakt duidelijk dat er **geen invloed** is van het bedrag van het wekelijks zakgeld dat de kinderen krijgen op het feit dat ze zelf hun gsm kochten, zelf de maandelijkse kosten betalen of dat er thuis regels zijn in verband met gsm-kosten.

3. Gsm

“Ik gebruik mijn gsm vooral om te bellen, om foto's te maken, om muziek te beluisteren en voor spelletjes. Ik maak dan bijvoorbeeld foto's van mezelf in de spiegel, die ik dan later op Facebook zet. Mijn vriendinnen doen dat ook.” (Erika, 10 jaar)

Bezit

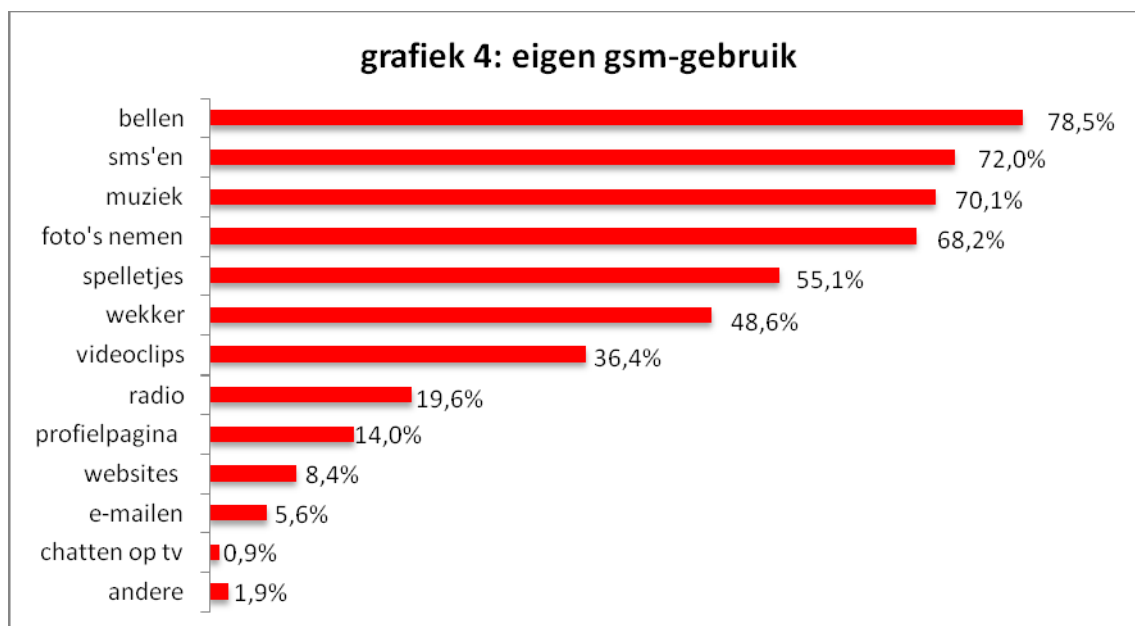
We zagen reeds dat **53,8%** van de respondenten een **eigen gsm** heeft (die ze meestal niet zelf kochten). Gemiddeld worden de kinderen op **8 jaar en 8 maanden** voor het eerst eigenaar van een gsm-toestel.

Wie een eigen gsm heeft, heeft die **meestal cadeau** gekregen: slechts 20,8% van de jongens en 13,0% van de meisjes haalde hiervoor zelf de spaarcenten boven. De gsm-bezitters betalen ook de **maandelijkse kosten** van hun toestel maar in beperkte mate: 20,8% van de jongens en 11,1% van de meisjes.

Gebruik

Jongens met een eigen gsm gebruiken die ongeveer evenveel om te **bellen** (47,2%) dan om te **sms'en** (45,3%). Meisjes daarentegen sturen meer sms'jes (61,1%) dan telefoontjes te doen (35,2%). Een gsm is evenwel meer dan bellen en sms'en alleen; tegenwoordig is een mobiel toestel voorzien van een **breed arsenaal aan functies**.

Grafiek 4¹ geeft een overzicht van de **meest gebruikte functies van het gsm-toestel**. De grootste verschillen tussen jongens en meisjes vinden we bij het bellen (84,9% - 72,2%), muziek beluisteren (75,5% - 64,8%), videoclipen bekijken (45,3% - 27,8%) en radio beluisteren (24,5% - 14,8%).



Kinderen zijn eerder actieve dan passieve gebruikers van hun eigen gsm. Ze bellen of sms'en liever zelf dan opgebeld of ge-sms't te worden: 47,2% tegenover 39,6% bij de jongens en 63,0% tegenover 33,3% bij de meisjes.

¹ Aantal missing values bedraagt in deze grafiek 0,9%.

Met wie?

Gebruiken de kinderen hun eigen gsm vooral voor contact met familie of met vrienden? Uit de antwoorden blijkt dat ze hun toestel **meer gebruiken met familie** (37,4%) dan met vrienden (25,2%). Nog eens 37,4% verklaart dat met beiden evenveel te doen.

4. Gaming

“Vroeger was er wel eens ruzie over wie wanneer computerspelletjes mocht spelen thuis. Nu is er een regeling: iedere dag mag er iemand anders. Nu is er geen ruzie meer.” (Lize, 11 jaar)

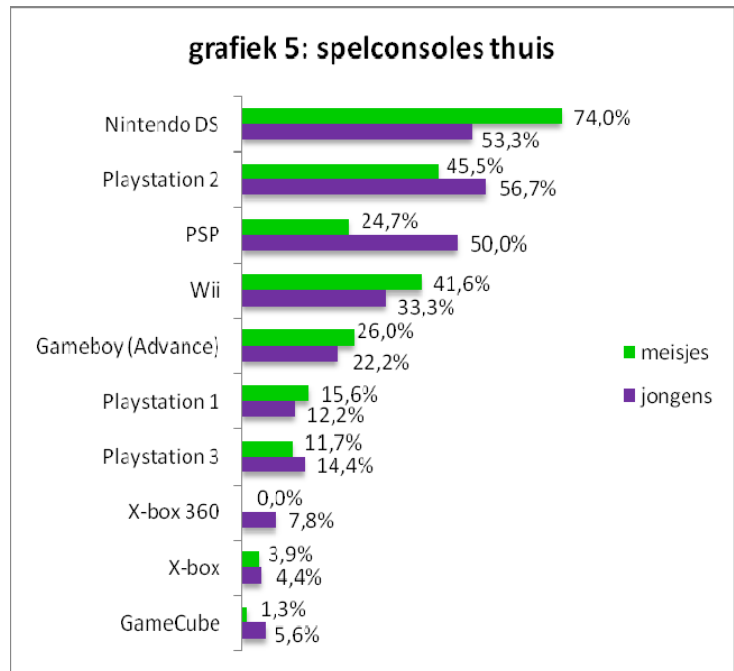
Hoofdstuk 3 toonde reeds aan dat meer dan de helft van de respondenten hun gsm-toestel gebruiken om spelletjes te spelen. Dat doen ze ook via andere media, want **heel wat kinderen hebben thuis een spelconsole** (83,9%). Jongens (90,0%) zelfs een stuk meer dan meisjes (77,8%).

Als we nagaan om welke het gaat², dan merken we dat de **draagbare toestellen, zoals PSP, Nintendo DS en Gameboy**, goed scoren bij kinderen. Bovendien zien we bij sommige consoles grote verschillen tussen jongens en meisjes: terwijl die eerste groep meer Playstation spelen, hebben de tweede eerder Nintendo thuis.

Zolang er kinderen zijn, zullen er computerspelletjes zijn. 88,0% van alle jongens zegt regelmatig te spelen. **Opvallend: meisjes hoeven met 79,8% eigenlijk niet echt onder te doen.**

Spelletjes spelen via het internet zonder andere spelers is het populairst (71,9%), gevolgd door spelen op een gametoestel (68,3%) en op de computer niet via internet (43,1%). Multiplayer-spelen via internet (37,1%) sluiten de rij af.

Het **geslacht** speelt een rol bij het soort spelen. Enkel bij het spelen via internet scoren de jongens minder dan de meisjes (69,3% – 74,7%), in de andere gevallen zijn de jongens duidelijk de ‘heavy users’.



tabel 1: als ik een computerspel speel, dan is dat³

	<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
via internet, maar zonder andere spelers	71,9%	69,3%	74,7%
op een gametoestel	68,3%	83,0%	51,9%
op de computer maar niet via internet	43,1%	53,4%	31,6%
via internet, tegen andere spelers	37,1%	52,3%	21,5%

² Grafiek 5 heeft 0,0% missing values bij de jongens en 2,6% bij de meisjes.

³ Missing values meegeteld in berekening van totale en afzonderlijke percentages.

5. Computer en internet

“Gisteren heb ik van 17u tot 23u30 op de pc gezeten. Toen heb ik de hele tijd zitten chatten op imvu.com. Daar kan je chatten met een peetje, met een avatar. Ik doe dat vooral om nieuwe mensen te leren kennen, ook van andere landen.” (Erika, 10 jaar)

Het internet is een medium waarmee je verschillende kanten uit kan. We vroegen de respondenten wat ze allemaal doen op het web en in welke mate. In tabel 2 staan de resultaten vermeld. Let wel, de cijfers slaan enkel op wie thuis internet heeft.

tabel 2: thuis op internet ⁴				
		<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
... mail ik	elke dag	8,4%	7,2%	9,6%
	paar keer/week	26,2%	27,8%	24,5%
	paar keer/maand	20,4%	15,5%	25,5%
	nooit	<u>33,0%</u>	<u>36,1%</u>	<u>29,8%</u>
... chat ik	elke dag	17,8%	15,5%	20,2%
	paar keer/week	24,1%	27,8%	20,2%
	paar keer/maand	15,7%	9,3%	22,3%
	nooit	<u>33,0%</u>	<u>35,1%</u>	<u>30,9%</u>
... blog ik	elke dag	5,2%	5,2%	5,3%
	paar keer/week	8,9%	10,3%	7,4%
	paar keer/maand	9,4%	8,2%	10,6%
	nooit	<u>62,3%</u>	<u>57,7%</u>	<u>67,0%</u>
... maak ik huiswerk	elke dag	17,8%	13,4%	22,3%
	paar keer/week	17,8%	14,4%	21,3%
	paar keer/maand	<u>29,8%</u>	<u>33,0%</u>	<u>26,6%</u>
	nooit	22,0%	25,8%	18,1%
... zoek ik info op	elke dag	9,9%	12,4%	7,4%
	paar keer/week	<u>38,2%</u>	<u>41,2%</u>	35,1%
	paar keer/maand	31,4%	23,7%	<u>39,4%</u>
	nooit	9,4%	10,3%	8,5%
... beluister ik muziek	elke dag	20,4%	21,6%	19,1%
	paar keer/week	<u>36,6%</u>	<u>38,1%</u>	<u>35,1%</u>
	paar keer/maand	16,8%	14,4%	19,1%
	nooit	16,8%	15,5%	18,1%
... speel ik spelletjes	elke dag	20,4%	26,8%	13,8%
	paar keer/week	<u>51,3%</u>	<u>55,7%</u>	<u>46,8%</u>
	paar keer/maand	21,5%	15,5%	27,7%
	nooit	2,6%	0,0%	5,3%
... bekijk ik filmpjes	elke dag	11,5%	16,5%	6,4%
	paar keer/week	<u>30,9%</u>	26,8%	<u>35,1%</u>
	paar keer/maand	28,8%	<u>35,1%</u>	22,3%
	nooit	20,4%	14,4%	26,6%

⁴ Missing values meegeteld in berekening van totale en afzonderlijke percentages, maar niet weergegeven in de tabel.

Wat meteen opvalt, is dat het percentage kinderen dat nooit mailt (33,0%), chat (33,0%) of blogt (62,3%) vrij hoog is. Het internet wordt daarentegen regelmatig gebruikt als **informatiebron**: twee derde (65,4%) schakelt het in als hulplijn bij het huiswerk en 79,5% geeft aan er informatie op te zoeken. De dagen van de analoge encyclopedie lijken geteld. Ook als **ontspanningskanaal** bewijst het internet zijn diensten: 93,2% speelt spelletjes, 73,8% beluistert online muziek en 71,2% bekijkt filmpjes.

Waar?

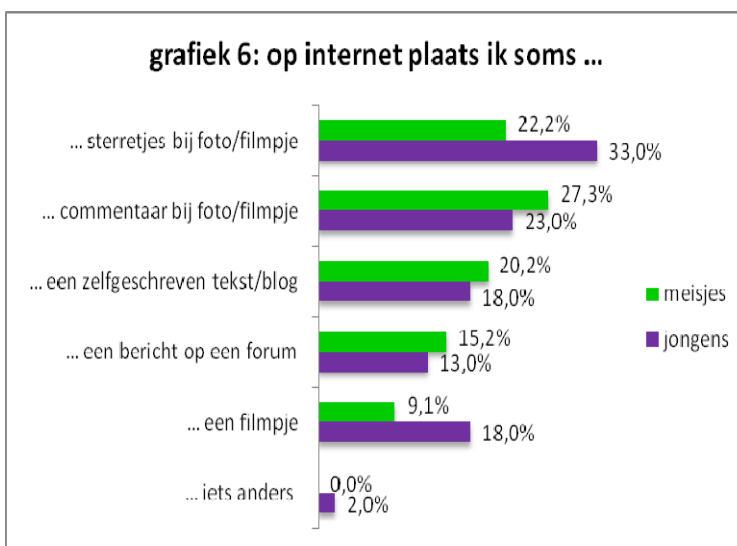
Het tweede hoofdstuk leerde ons al dat zowat alle kinderen thuis over een computer (97,0%) – al dan niet gedeeld – en internet (96,0%) beschikken. Als ze toch **ergens anders dan thuis op het net** surfen, dan is dat bij een vriend(in) (37,6%), op school (19,6%), bij familieleden (8,8%), in de bibliotheek (5,7%) of in een internetcafé (2,1%). Als we kijken naar het geslacht, merken we dat jongens eerder hun heil zoeken bij familie en vrienden, terwijl meisjes openbare locaties als de school en de bib verkiezen

Leveranciers van content

Het internet evolueert steeds meer naar een gepersonaliseerde en interactieve ontmoetingsplaats. We spreken van web 2.0 waarbij surfers de kans krijgen om zelf content (filmpjes, zelfgeschreven teksten, filmpjes raten, commentaar...) op een website te plaatsen.

We gingen na in welke mate kinderen 'actieve' surfers zijn en zelf dingen posten⁵. 43,0% van alle jongens blijkt dit te doen tegenover 37,4% van alle meisjes.

De meest in het oog springende cijfers vinden we bij de filmpjes: jongens posten er meer dan meisjes (18,0% - 9,1%), en raten die ook vaker (33,0% - 22,2%).



Favoriete websites

Naar welke websites surfen kinderen uit het vijfde leerjaar het vaakst? We vroegen aan alle kinderen om hun top 3 op te schrijven. Onderstaande websites kwamen er als de populairste uit.

tabel 3: top 10 favoriete websites ⁶					
plaats	website	frequentie	plaats	website	frequentie
1	spele.be/.nl	59	7	funnygames.be/.nl	19
2	youtube.com	58	8	msn.be	13
3	netlog.be	44	9	runescape.com	11
4	speeleiland.be/.nl	30	10	habbo.nl	10
5	spelletjes.be/.nl	27		stardoll.be/.com	10
6	facebook.be	25			

⁵ Er zijn geen missing values bij grafiek 6.

⁶ Missing values meegeteld in berekening van totale en afzonderlijke percentages.

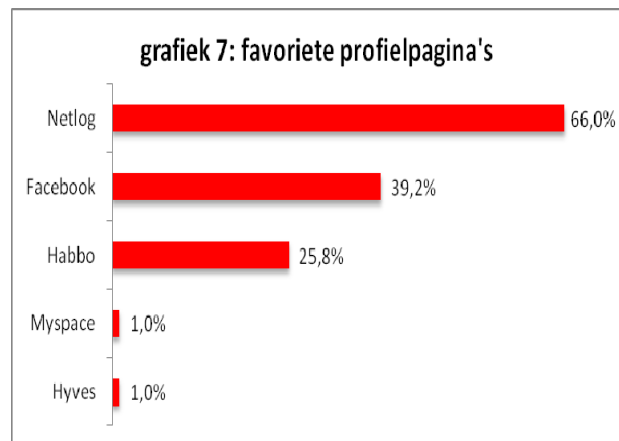
Wat hier opvalt, is dat het hoofdzakelijk over twee types van websites gaat: spelletjessites waar je eenvoudige Flash-games kunt spelen (bijv. spele.nl, speleiland.be...), maar ook het role playing multiplayer game Runescape staat in de top 10. Daarnaast zijn ook de grote **sociale netwerksites** goed vertegenwoordigd: Netlog, Facebook en Youtube eindigen alle drie binnen de top 6.

6. Sociale Netwerksites

“Ik zit op Netlog, Facebook en op Hi5. Ik gebruik die alle drie even veel, niet elke dag, maar wel vele keren per week. Ik gebruik die sites vooral om te chatten, om berichtjes te sturen, om spelletjes te spelen en om foto’s te bekijken en mijn eigen foto’s erop te zetten.” (Evelyne, 10 jaar)

Toen pagina’s zoals LooknMeet, asl.com, Myspace en Facebook op het internet verschenen, betekende dat voor veel jongeren het startschot van ‘**social networking**’. Sindsdien zijn er tal van gelijkaardige sites ontstaan, onder de noemer profielpagina’s. Sommige richten zich specifiek op de kinderen in de leeftijds-categorie van ons onderzoek.

48,7% van de respondenten hebben zo’n profielpagina. Grafiek 7⁷ leert ons dat dit percentage verdeeld is over **Netlog** (66,0%), **Facebook** (39,2%), **Habbo** (25,8%) en in veel mindere mate **MySpace** (1,0%) en **Hyves** (1,0%). De antwoordmogelijkheid ‘**Noxa**’ werd in de vragenlijst geen enkele keer aangeduid. Ruim één derde (35,0%) van de kinderen die aan social networking doen, zijn lid van twee of meer profielwebsites.



Veiligheid online is een hot item. Daarom is het belangrijk te weten wie de profielpagina van de kinderen kan zien en wat ze daar als openbare informatie op plaatsen.

Een derde van de bevroegde kinderen (34,0%) laat zijn/haar **profielpagina zichtbaar voor iedereen**. Nog eens een derde (32,0%) houdt zijn/haar pagina alleen zichtbaar voor vrienden. 5,2% van de kinderen laat ook vrienden van vrienden toe hun pagina te bekijken. Tenslotte merken we dat een niet onbelangrijk deel van de ondervraagden niet weet wie hun profiel kan zien (12,4%).

Welke info zichtbaar is voor buitenstaanders, bepaalt het kind zelf. Frequent voorkomend zijn de

voornaam (76,3%), geboortedatum (74,2%), foto’s die het kind leuk vindt (66,0%), hobby’s (61,9%) en een profielfoto van zichzelf (56,7%).

⁷ Missing values bij grafiek 7 bedragen 4,0% bij de jongens en 4,3% bij de meisjes.

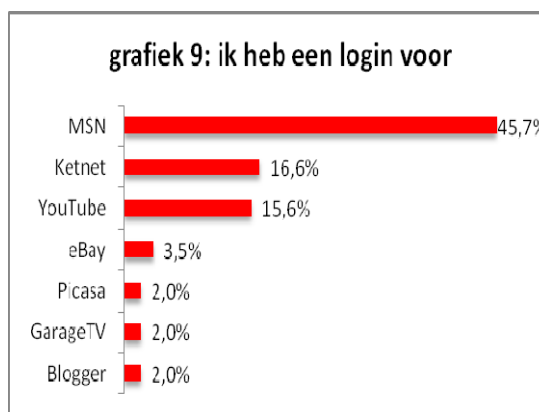
De grootste verschillen tussen jongens en meisjes liggen in de video's die het kind leuk vindt (54,0% - 34,0%) en de hobby's (54,0% - 70,2%).

Gevoelige informatie valt ook soms vrij van de profielpagina's te plukken. Jongens springen hier nonchalanter mee om dan meisjes: e-mailadres (50,0% - 38,3%), thuisadres (18,0% - 6,4%), gsm-nummer (10,0% - 6,4%).

tabel 4: deze informatie op mijn profielpagina is voor iedereen zichtbaar⁸

	<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
voornaam	76,3%	74,0%	78,7%
geboortedatum/verjaardag	74,2%	76,0%	72,3%
foto's die ik leuk vind	66,0%	68,0%	63,8%
hobby's	61,9%	54,0%	70,2%
profielfoto van mezelf	58,8%	54,0%	63,8%
foto's van mezelf	56,7%	52,0%	61,7%
familienaam	52,6%	56,0%	48,9%
e-mailadres	44,3%	50,0%	38,3%
video's die ik leuk vind	44,3%	54,0%	34,0%
naam van gemeente	29,9%	30,0%	29,8%
video's van mezelf	21,6%	26,0%	17,0%
thuisadres	12,4%	18,0%	6,4%
gsm-nummer	8,2%	10,0%	6,4%

We vroegen de jongens en meisjes die aan ons onderzoek meewerkten of ze een login hebben voor bepaalde websites⁹. Bevestigende antwoorden kwamen er vooral voor **MSN** (45,7%), **Ketnet** (16,6%) en **YouTube** (15,6%). Deze laatste scoort wel opvallend hoger bij jongens dan bij meisjes (22,0% - 9,1%); bij Ketnet is dat net omgekeerd (14,0% - 19,2%). Dit ligt in de lijn der verwachtingen: jongens gaven ook al aan vaker filmpjes en comments toe te voegen aan het internet dan meisjes.



Een online account van een profielpagina kan **afgesloten** worden zodat de informatie ervan niet meer zichtbaar is. Een vierde (25,1%) van alle kinderen hebben al eens hun profielpagina verwijderd. Dit kan diverse redenen hebben.

De voornaamste reden is dat het **te saai** geworden was (58,0%). Andere verklaringen voor het afsluiten van een account zijn: de overvloed aan spam (22,2%), vrienden maken er geen gebruik van (14,0%), te veel tijd kosten (12,0%) en te moeilijk (4,0%). Andere redenen die de kinderen opgeven, zijn een **gekraakt of vergeten paswoord** en het per ongeluk afsluiten van de account. Het enige noemenswaardige verschil tussen jongens en meisjes is het afsluiten **omdat de vrienden er geen gebruik van maken** (22,2% - 4,3%).

⁸ Missing values meegeteld in berekening van totale en afzonderlijke percentages.

⁹ Belangrijke opmerking bij grafiek 9 is dat de missing values 33,2% bedragen.

7. Regels en afspraken

“Bij ons staat de pc in de living, niet in mijn eigen kamer. Mama en papa vragen eigenlijk nooit wat we doen op de pc, en ik vertel er eigenlijk ook nooit iets over.” (Erika, 10 jaar)

Goede afspraken maken goede vrienden, ook op het vlak van nieuwe media. Laten ouders hun kinderen vrij bellen en sms'en naar wie ze willen? Hebben kinderen de computer voor hen alleen of moeten ze die delen met broer en zus? En weten ouders überhaupt wat zoon- of dochterlief al surfend allemaal uitspookt? We vroegen de kinderen of er bij hen thuis regels zijn over het gebruik van de gsm, computer, games en internet¹⁰.

Gsm

Over het algemeen zijn er niet zo veel regels voor kinderen die hun eigen gsm hebben. Daar bovenop vinden we **grote verschillen per geslacht**: hoewel evenveel jongens als meisjes (53,0% - 54,5%) een eigen gsm hebben, krijgen de eersten van hun ouders daarvoor minder vaak regels opgelegd.

11,3% van de jongens en 24,1% van de meisjes moeten er van hun ouders op letten **hoe lang ze hun eigen gsm gebruiken**. Wanneer ze die gebruiken, wordt vaker gecontroleerd (24,5% - 33,3%). De grootste discrepantie tussen jongens en meisjes ligt in de afspraak **hoeveel de eigen gsm per maand mag kosten** (15,1% - 40,7%).

tabel 5: thuis zijn er bepaalde regels over				
		<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
... hoe lang ik eigen gsm mag gebruiken	ja	17,8%	11,3%	24,1%
... wanneer ik eigen gsm mag gebruiken	ja	29,0%	24,5%	33,3%
... hoeveel eigen gsm maandelijks mag kosten	ja	28,0%	15,1%	40,7%

Als kinderen andere regels aanhalen, dan is vooral **naar wie er mag gebeld worden**: alleen naar de ouders, alleen naar de hulpdiensten in geval van nood...

Games

Voor 53,9% van de respondenten gelden er thuis regels over de duur van het gamen; over het tijdstip waarop gegamed mag worden, heeft 58,1% regels. De verschillen tussen jongens en meisjes zijn nihil.

tabel 6: thuis zijn er bepaalde regels over				
		<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
... hoe lang ik mag gamen	ja	53,9%	54,5%	53,2%
... wanneer ik mag gamen	ja	58,1%	59,1%	57,0%

Computer

Voor de kinderen waar thuis een computer staat, gelden er meer regels - weliswaar zonder het over internet te hebben - dan voor gsm-gebruik. Hierbij dienen we wel op te merken dat de **computer zonder internet voor kinderen een vaag begrip is**. Ze maken moeilijk het onderscheid tussen een computer met en

¹⁰ Missing values in alle tabellen meegeteld in berekening van totale en afzonderlijke percentages, maar niet weergegeven in de tabellen.

zonder toegang tot het wereldwijde web. Ze hebben het concept 'inbellen op het internet' nooit meegemaakt en internet zit volgens hen standaard op de computer, net zoals MS Office bijvoorbeeld.

tabel 7: thuis zijn er bepaalde regels over computergebruik (zonder internet), meer bepaald...

		<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
... over schoolwerk op computer	ja	41,5%	37,1%	45,8%
... hoe lang ik computer mag gebruiken	ja	53,4%	54,6%	53,1%
... wanneer ik computer mag gebruiken	ja	54,5%	53,6%	55,2%
... over delen van computer met gezinsleden	ja	35,2%	36,1%	34,4%

Internet

Bijna één op drie van alle kinderen (62,3%) **praat soms met zijn/haar ouders over wat hij/zij thuis of elders al surfend doet**. Als dat gebeurt, doen de kinderen dat meestal spontaan; de jongens weliswaar iets minder dan de meisjes (51,6% - 56,7%). In het geval de ouders het initiatief nemen, leggen die hun oor vaker te luisteren bij de jongens (48,4%) dan bij de meisjes (36,7%).

Diezelfde ouders houden internetgebruik soms achter de hand als **straf**, zij het meer voor de jongens (59,8%) dan voor de meisjes (44,7%). Omgekeerd kan internet voor hen ook wel een beloning zijn (32,0% - 38,3%).

Ouders bepalen graag **welke websites hun kinderen mogen bekijken en welke niet** (75,9%). Andere, minder manifeste regels over internetgebruik zijn: duur van het surfen (47,6%), tijdstip van het surfen (53,9%), wat er gedownload mag worden (51,3%) en het delen van internet met gezinsleden (39,8%). Over deze laatste regels kunnen we dezelfde opmerking maken als bij het delen van de computer met gezinsleden (*zie 7.2.*).

tabel 8: thuis zijn er bepaalde regels over ...

		<u>totaal</u>	<u>jongens</u>	<u>meisjes</u>
... hoe lang ik op internet mag	ja	47,6%	41,2%	54,3%
... wanneer ik op internet mag	ja	53,9%	53,6%	54,3%
... delen van internet met gezinsleden	ja	39,8%	38,1%	41,5%
... wat ik mag downloaden	ja	51,3%	54,6%	47,9%
... welke websites ik mag bekijken en welke niet	ja	75,9%	80,4%	71,3%

Conclusies

Bezit van media

De leefwereld van 10-jarigen is gevuld met multimedia. Thuis heeft bijna iedereen toegang tot televisie (100,0%), computer (97,0%) én internet (96,0%). 53,8% van de bevroagde kinderen uit het vijfde leerjaar heeft reeds zijn eigen gsm, waar ze naast bellen en berichten versturen, ook muziek mee beluisteren, foto's nemen en spelletjes spelen. 26,6% heeft een eigen computer en 29,1% een eigen tv op de kamer.

Spelenderwijs

Jonge kinderen spelen graag. Niet alleen buiten, maar ook op de computer of spelconsole. De cijfers uit deze steekproef bewijzen dat ze op heel wat manieren digitale spelletjes spelen: op het internet (71,7% een paar keer per week), op hun gsm (55,1%), op gameconsoles (83,9%)... Wat betreft deze laatste, is de belangrijkste vaststelling dat draagbare toestellen zoals Playstation en Nintendo bij kinderen populairder zijn dan vaste.

Jonge netwerkers

Hoewel je officieel 13 jaar moet zijn om een account op de courante sociale netwerksites aan te maken, zitten 10 jarigen toch massaal op Netlog (66,0%). Facebook (39,2%) en YouTube (15,6%). Ze moeten dus met andere woorden liegen over hun leeftijd om te kunnen registreren op deze netwerksites.

Leveranciers?

Een kind zonder toegang tot het internet thuis wordt stilaan een zeldzaamheid in de klas. Hoewel alomtegenwoordig, zijn kinderen maar in beperkte mate zelf aanbidders van inhoud op het internet. Als ze dat wel zijn, plaatsen ze meestal gemakkelijke dingen zoals sterretjes of commentaar bij reeds gepost foto's en filmpjes. Youtube blijkt vooral bij jongens aan te slaan. Ze hebben vaker een login op Youtube en voegen ook opmerkelijk vaker zowel filmpje als comments en ratings op die filmpjes toe.

Regels

Ouders houden hun spruiten nog steeds graag in het oog in de digitale wereld, al geldt dat voor bepaalde nieuwe media meer dan voor andere. Over de gsm bestaan opvallend weinig regels, terwijl wel ongeveer de helft van de kinderen afspraken maakt met de ouders over games, computer en internet. Bij 75% van de kinderen zijn er afspraken over welke websites wel en niet bezocht mogen worden.



**DEEL 2:
Onderzoek Middelbare School**

Methodologie

Klassikale online bevraging

We deden tussen november 2009 en januari 2010 een bevraging bij 1725 leerlingen uit 12 secundaire scholen uit Oost-Vlaanderen. Eerder onderzoek leerde ons dat een grotere geografische spreiding in Vlaanderen weinig meerwaarde had. Enkel in grensregio's stel je dan vast dat jongeren ook toepassingen die populair zijn in de buurlanden (zoals Hyves in Nederland) gebruiken.



1725 leerlingen vulden de online vragenlijst klassikaal volledig in (87% van het aantal bevrageerde leerlingen). We zorgden voor een verspreiding over geslacht, opleidingstype en leerjaar/graad. Aan de hand van officiële cijfers van het Vlaams Ministerie voor Onderwijs corrigeerden we de steekproef om een representatief staal voor Vlaanderen te krijgen (Tabel 1).

	A-stroom		B-stroom		ASO		TSO		BSO		Totaal
	M	V	M	V	M	V	M	V	M	V	
1ste jaar	121	121	21	16	-	-	-	-	-	-	279
2de jaar	114	116	30	23	-	-	-	-	-	-	283
2de graad	-	-	-	-	118	140	104	78	72	59	571
3de graad	-	-	-	-	99	124	112	88	91	80	594
Totaal	235	237	51	39	217	264	216	166	163	139	1727 ¹¹

Tabel 1: Steekproef gewogen voor onderwijstype, onderwijsgraad en geslacht op basis van de onderwijs-statistieken voor schooljaar 2008-2009

¹¹ Na weging en afronding. 1725 respondenten werden opgenomen in de analyse.

Face-to-face diepte interviews

In maart-april 2010 volgden 44 face-to-face diepte-interviews thuis bij jongeren tussen 12 en 18 jaar die de online vragenlijst eerder al invulden. Zij hadden bij het invullen aangegeven geïnteresseerd te zijn om verder mee te werken.

De interviews werden afgenomen door 3e Bachelor-studenten Communicatiewetenschappen in het kader van een werkcollege. Er werd bij de selectie van de jongeren voor de interviews rekening gehouden met een grote verscheidenheid in de groep en een evenwicht over de drie bij de enquêtes vastgestelde profielen.



Afbeelding 1: Sfeerbeeld van een interview met een van de jongeren, gebruikmakend van de photo elicitation techniek

Interpretatie van de resultaten

Deze versie van het onderzoeksrapport is een **verkorte en gepopulariseerde versie**. Eind mei 2010 kunnen alle geïnteresseerden de uitgebreide en wetenschappelijke versie downloaden via www.apestaartjaren.nl. In de tabellen en grafieken wordt geregeld verwezen naar significanties van resultaten.

Zonder in detail te treden, willen we hierbij meegeven dat '**significante gegevens**' (=statistische gegevens die voldoende verschillen om van een duidelijke tendens te spreken) aangeduid zullen worden met sterretjes. Hoe meer sterretjes, hoe signifikanter het verband is.

In het rapport worden kwantitatieve data aangevuld met kwalitatieve data uit de focusgroepen. Om privacyredenen worden **niet de echte namen** van de geciteerde jongeren gebruikt.

De Resultaten

1. Algemene evolutie: Apestaartjaren 2008-2010

Het bezit van televisie, computer en internet thuis benaderde in 2008 al heel dicht de 100%. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat deze cijfers twee jaar later ongeveer gelijk blijven. Het bezit van een gsm stijgt in vergelijking met het vorige onderzoek uit 2008 lichtjes van 93% naar 97%. **Gametoestellen maken de opvallendste sprong** (van 72% naar 89%).

Jongeren vandaag hebben in 2010 bovendien beduidend vaker een televisie op hun kamer dan de cijfers uit 2008 aangaven. De meest spectaculaire stijging zien we bij de jongeren met **internet op hun kamer**: bijna dubbel zoveel respondenten surfen vanuit hun eigen kamer. Wellicht maken sommige jongeren hiervoor handig gebruik van hun laptop of gsm met data-abonnement, anderen stellen het met hun eigen computer.

	2008	2010	Vershil
Televisie thuis	100%	99%	~
Televisie kamer	39%	46%	>
Gsm	93%	97%	>
Mp3-speler	•	85%	
Gametoestel (excl. computer en gsm)	72%	89%	>
Computer thuis	98%	97%	~
Computer kamer	42%	43%	~
Internet thuis	95%	94%	~
Internet op eigen kamer	34% ¹²	62%	

Tabel 2: Algemene vergelijking Apestaartjaren editie 2008-2010

¹² Dit werd niet gevraagd in het onderzoek Apestaartjaren 2.0. Dit cijfer komt uit 'Jongeren en Internet', OIVO: <http://www.oivo-crioc.org/files/nl/3906nl.pdf>

2. Profilering van mediagebruik en -bezit

Doorheen dit onderzoeksrapport zullen we de jongeren groeperen in **3 profielen** om het verschil in mediabezit en -gebruik onder jongeren toe te lichten:

1. Jongeren met een mediarijke slaapkamer

38% van de steekproef – 33% meisjes, 67% jongens – Gemiddelde leeftijd: 14,93 jaar

Martijn (M, 15 jaar)



- Martijn volgt les in een technisch secundaire school.
- Zijn slaapkamer is volgestouwd met allerhande mediatechnologie. Je vindt er een computer, een televisie en uiteraard ook een game console.
- Martijn gamet verschillende uren per dag en kijkt geregeld naar televisie.
- Dit combineert hij moeiteloos met zijn online activiteiten, die eveneens enkele uren opsorpen.
- Ook als Martijn uit huis is, heeft hij naast zijn gsm zijn geliefkoosde games, muziek en video op zak.

2. Jongeren met een mediarijke omgeving

30% van de steekproef – 45% meisjes, 55% jongens – Gemiddelde leeftijd: 14,47 jaar

Steven (M, 13jaar)



- Steven volgt les in de A-stroom.
- Ook hij besteedt behoorlijk wat tijd aan televisie en gaming en iets minder aan internet.
- Stevens game console bevindt zich in de woonkamer, net zoals de televisie en de computer.
- Steven beschikt over een MP3-speler en mobiele gameconsole, net zoals een gsm.

3. Jongeren met een relatief beperkt mediabezit

31% van de steekproef – 75% meisjes, 25% jongens – Gemiddelde leeftijd: 15,46 jaar

Kim (V, 17 jaar)



- Kim zit in het vijfde jaar ASO.
- Ze besteedt het liefst haar tijd online op haar eigen computer.
- Televisiekijken – en vooral gaming – zijn minder haar ding. Ze beschikt dan ook niet over een game console, noch over een televisie op haar kamer.
- Kim heeft naast haar gsm vaak een MP3-speler op zak.
- Hoewel ook Kim een grote variatie aan media gebruikt en bezit, is die toch kleiner dan bij Steven en Martijn.

Martijn, Steven en Kim zijn **prototypes** van elk profiel. In Tabel 3 zie je een overzicht van de kenmerken van deze profielen als een geheel.

			Totale Steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediagebruik
Mediabezit	Televisie	Geen TV	1%	0%	0%	2%
		TV op de kamer	46%	83%	11%	34%
		TV elders	54%	17%	90%	65%
	computer	Geen computer	1%	0%	1%	4%
		computer op de kamer	44%	60%	23%	43%
		computer elders	55%	41%	76%	53%
	Game Console	Geen Game Console	32%	2%	9%	94%
		Game Console op de kamer	30%	72%	1%	5%
		Game Console elders	39%	26%	91%	1%
	Mobiele game console		46%	64%	57%	10%
	MP3-speler		86%	92%	82%	81%
	Mediagebruik 'gisteren'	TV kijken	1u59min	2u18min	1u48min	1u46min
		Surfen	2u02min	2u33min	1u38min	1u45min
Gaming		1u05min	1u27min	52min	22min	
sms		39,21	44,59	31,96	39,63	
gsm gesprekken		1,36	1,53	1,05	1,45	

Tabel 3: Overzichtstabel van mediabezit en -gebruik in de totale steekproef en voor de drie onderscheiden profielen

3. Achtergrond van de jongeren in de steekproef

Leeftijd

In Tabel 4 zien we dat jongeren met een mediarijke omgeving gemiddeld het jongst zijn, de jongeren met een mediarijke slaapkamer gemiddeld iets ouder zijn dan de jongeren met een mediarijke slaapkamer en zij met een relatief beperkt mediabezit het gemiddeld oudst zijn.

Geslacht

Mediarijke jongeren zijn vaker jongens, terwijl een beperkt bezit opvallend vaker voorkomt bij meisjes.

Opleiding

In de 1ste graad valt op dat jongeren met een mediarijke omgeving vaker voorkomen in de A-stroom in vergelijking met de andere profielen. Jongeren met een mediarijke slaapkamer zijn in de 2de en 3de graad van het secundair onderwijs het meest in het TSO te vinden (39%). De groep met jongeren uit een mediarijke omgeving en een beperkt mediabezit vindt men het vaakst in ASO (54% en 43%).

Gezin

De grootte van het gezin (gemiddeld 4,25 gezinsleden) of het aantal broers (0,90) en zussen (0,83) bleek van geen tel belang als verschil tussen de profielen. Het mediagebruik en –bezit van jongeren verschilt met andere woorden niet noemenswaardig of een respondent nu enig kind is of opgroeit in een kroostrijk gezin.

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Leeftijd	14,94	14,93	14,47	15,46	***
Geslacht					***
Meisje	49%	33%	45%	75%	
Jongen	51%	67%	55%	25%	
Opleidingstype					
A-stroom	84%	78%	93%	80%	***
B-stroom	16%	22%	7%	20%	
ASO	41%	31%	54%	43%	***
BSO	26%	30%	16%	28%	
TSO	33%	39%	29%	29%	

Tabel 4: Achtergrond van de jongeren in de totale steekproef en per onderscheiden profiel

Vrijtijdsbesteding

49% van de bevroegde jongeren is lid van een sportclub. 19% is actief in een jeugdbeweging, terwijl 12% gaat naar een kunst- of muziekacademie gaat. De profielen verschillen significant voor alle drie deze activiteiten:

- mediarijke tieners zijn vaker lid van een **sportclub** (49% en 55% versus 44%),
- jongeren uit een mediarijke omgeving of met een beperkt mediabezit gaan vaker naar een **kunst- of muziekacademie** (beiden 16-17% versus slechts 6%)
- jongeren met een beperkt mediabezit zijn vaker lid van een **jeugdbeweging** (24%) dan jongeren met een mediarijke slaapkamer (15%) of omgeving (19%)

Wanneer we stil staan bij het lidmaatschap van een jeugdbeweging of sportclub (Tabel 5), merken we dat:

- leden van een sportclub niet meer of minder naar televisie kijken, surfen of gamen
- jongeren in een jeugdbeweging wel minder televisie kijken
- jongeren ingeschreven in een kunst- of muziekacademie kijken minder televisie en surfen minder vaak.

Lid van ... kijken meer of minder?	Sportclub	Jeugdbeweging	Kunst/muziekacademie
Televisie kijken op weekbasis	=	<***	<***
Surfen op weekbasis	=	=	<**
Gaming op weekbasis	=	=	=

Tabel 5: Mediagebruik van leden van een sportclub, jeugdbeweging of kunst/muziekacademie vergeleken met dat van niet-leden

Zakgeld

Wat zakgeld betreft, merken we dat 20% van de jongeren **geen zakgeld** krijgt. Bij 53% van de tieners bedraagt het bedrag **1 tot 15 euro per week**. Oudere respondenten en jongens krijgen iets meer zakgeld dan jongere respondenten en meisjes.

We merken stevige verschillen voor het zakgeld per profiel: jongeren met een mediarijke slaapkamer krijgen het meest, gevolgd door de jongeren met een beperkt mediabezit, en vervolgens de jongeren met een mediarijke omgeving.

Bovendien blijkt dat jongeren die hun televisie en/of gsm zelf hebben gekocht, meer zakgeld per week krijgen. Dit geldt niet voor de eigen computer. Verder blijkt dat jongeren die hun gsm-kosten steeds zelf bekostigen, eveneens meer zakgeld krijgen dan jongeren die verklaren dit nooit of soms te doen.

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Relatief beperkt mediabezit	Mediarijke omgeving	Sig.
Geen zakgeld	20%	18%	20%	23%	***
1-5 euro	20%	14%	28%	17%	
6-10 euro	22%	20%	24%	21%	
11-15 euro	11%	12%	10%	11%	
16-20 euro	8%	11%	7%	7%	
21-25 euro	6%	8%	3%	6%	
26-30 euro	4%	5%	2%	4%	
31-35 euro	1%	2%	1%	2%	
36-40 euro	1%	2%	2%	1%	
41-45 euro	1%	1%	0%	1%	
46-50 euro	2%	3%	1%	3%	
+50 euro	3%	4%	2%	4%	

Tabel 6: Zakgeld per week voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

4. Televisie

Bezit en gebruik

Dat TV een ingeburgerd medium is, blijkt duidelijk uit onze cijfers: maar liefst **99,4%** van de steekproef **heeft thuis een TV**. Dat zie je in Tabel 7. Op een gemiddelde **weekdag** wordt ruim **2,5 uur** gekeken, terwijl dit in het **weekend** oploopt tot **ruim 3,5u**.

Jongeren met een **mediarijke slaapkamer**, voornamelijk **jongens**, hebben in **83%** van de gevallen een eigen **TV op hun kamer** en ze kijken het meest TV, **3u op een weekdag** en **4,25u op een weekenddag**. De gemiddelde kijktijden voor week- en weekenddagen zijn evenwel waarschijnlijk overschattingen. De gerapporteerde kijktijd 'gisteren' ligt namelijk beduidend lager. Omdat dit laatste op basis van een afgebakende referentieperiode is, gaat het om een betrouwbaarder cijfer.

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
TV Thuis	99%	100%	100%	98%	***
Digitale TV	73%	79%	72%	67%	***
TV op de kamer	46%	83%	11%	34%	***
Meestal TV in....					***
eigen kamer	16%	29%	2%	12%	
woonkamer	80%	67%	94%	83%	
elders	4%	4%	5%	4%	
Meestal TV...					
alleen	44%	53%	40%	37%	***
met het gezin	56%	48%	62%	61%	***
met vrienden	7%	8%	4%	8%	**
Kijktijd gemiddelde weekdag	2u38min	3u00min	2u19min	2u30min	***
Kijktijd gemiddelde weekenddag	3u39min	4u15min	3u18min	3u13min	***
Kijktijd 'gisteren'	1u59min	2u18min	1u48min	1u46min	***

Tabel 7: TV-bezit, -gebruik en plaats van het gebruik van de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Waar?

TV-kijken gebeurt het meest in de **woonkamer**, in het **gezelschap** van de andere **gezinsleden**. Verschillende jongeren in het onderzoek stellen dat ze het best belangrijk vinden om samen met het gezin te kijken.

- **Niels (15, TSO)** illustreert dit: *“Ja, ik vind dat (TV-kijken in de woonkamer) wel gezellig. Maar ik vind het wel niet zo leuk als ik alleen in de living zit, het is veel toffer als je met de ouders zit, dan kun je nog wat babbelen. En, als mijn papa naar TV kijkt, dan kan ik ook een beetje naar TV kijken als ik niets vind op internet dat ik tof vind.”*

Jongens kijken een stuk **vaker in de eigen slaapkamer** (M=19%, V=12%), terwijl **meisjes** het meest in de **woonkamer** kijken (M=76%, V=84%). Maar liefst 53% van de jongens heeft een TV op de kamer en slechts 39% van de meisjes.

Wie een televisie **op de kamer** heeft en wie het meest televisie kijkt in de eigen kamer, is duidelijk **ouder**. De **terughoudendheid van de ouders** is daarvoor één van de verklaringen.

- **Niels (15, TSO):** *“Ze (ouders) vinden het niet tof als ik een televisie zou hebben, omdat ik anders altijd op mijn kamer zou zitten. En mijn ouders hebben ook graag dat ik eens beneden zit om TV te kijken.”*

Verschillende jongeren zonder televisie op de kamer zouden er graag één hebben. De redenen hiervoor liggen voor de hand: ze willen immers rustig kunnen kijken, zonder pottenkijkers en vooral zelf kunnen kiezen.

- **Karolien(13, B-stroom):** *“...bijvoorbeeld de donderdag is het Grey’s Anatomy en vorige keer wou ik daar naartoe kijken en zij (haar mama) wou niet en dan was ik boos. En... ik was naar mijn kamer gegaan en dan kwam ik terug en dan, ja, dan hebben we wel gekeken, maar zij was een beetje boos.”*

Regels voor televisie kijken

Op regels in verband met schoolwerk na (51% van alle respondenten heeft hierover bepaalde afspraken), **is de algemene teneur dat voor jongeren relatief weinig regels gelden voor TV kijken** (Tabel 8). Dit is het meest opvallend bij jongeren met een mediarijke slaapkamer. Beide andere groepen verschillen amper van elkaar. Meisjes krijgen iets vaker regels opgelegd omtrent schoolwerk, wanneer er TV mag gekeken worden en over bloot op TV. De regels gelden vooral voor de jongere deelgroepen van de steekproef.

Afspraken met betrekking tot...	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Schoolwerk	51%	45%	62%	47%	***
Hoe lang TV kijken	18%	12%	25%	18%	***
Wanneer TV kijken	24%	17%	31%	26%	***
Naar welke programma's	14%	10%	18%	14%	***
Geweld op TV	13%	11%	16%	13%	*
Bloot op TV	27%	23%	34%	25%	***

Tabel 8: Regels met betrekking tot televisiekijken voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

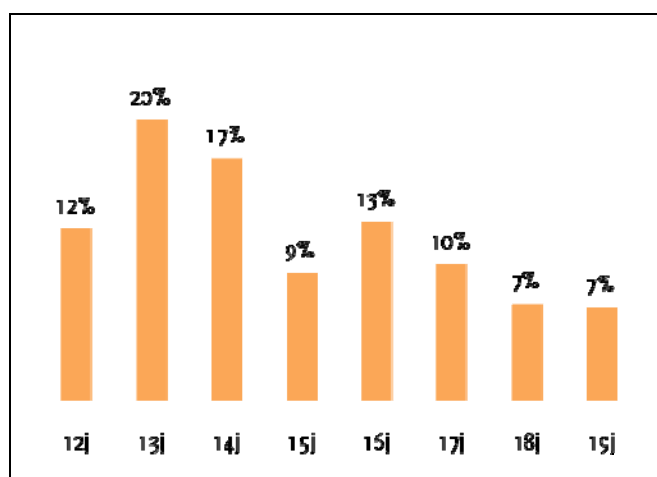
5. Gsm

Bezit en gebruik

Bijna elke jongere in de steekproef heeft een gsm (97%). Er zijn geen noemenswaardige verschillen tussen de profielen wat betreft het bezit van een gsm. Iets meer dan de helft van de jongeren betaalt de aankoop van zijn gsm zelf. **25%** staat zelf in voor de **maandelijkse kosten**, terwijl ruim **40%** van de jongeren **nooit zelf de kosten** draagt. Dit geldt vooral voor jongeren uit een mediarijke omgeving.

13% van de bevroegde jongeren surft **op internet met hun gsm via een data-abonnement**. Hier vervullen jongeren met een mediarijke slaapkamer een voortrekkersrol (16%). Opvallend: jongeren van 12-14 jaar bezitten vaker (17-20%) een data-abonnement dan jongeren van 17-19 jaar (7-10%). Ter vergelijking: recent onderzoek door InSites¹³ wees uit dat 9% van de Belgische internetgebruikers met zijn mobiele telefoon naar sociale netwerksites surft. Jongeren vervullen hierin dus een voortrekkersrol.

Wellicht ligt het werkelijke percentage zelfs nog hoger, aangezien in de vraag specifiek gepeild wordt naar het bezit van een data-abonnement. Gratis wifi of promotieacties à la '200 gratis Facebook- en Netlogsessies per maand' zitten in principe niet in deze cijfers ingerekend.



Afbeelding 2: Percentage data-abonnementen per leeftijd

Kosten

Internetten met je gsm heeft evenwel – letterlijk – zijn prijs. Voor alles wat ze met hun gsm doen, betalen jongeren met een mediarijke slaapkamer **gemiddeld 17,55 euro per maand**. Opmerkelijk is dat de jongeren met een relatief beperkt mediabezit een gelijkaardige maandelijkse kost kennen (**16,76 euro**). Voor de gehele steekproef is er geen verschil voor geslacht wat de kost betreft.

- **Mario (14, TSO)** experimenteerde met een data-abonnement en kreeg op het einde van de maand een rekening van maar liefst 60 euro, daarom houdt ze haar gsm-gedrag nu binnen de perken.

Uit de interviews blijkt wel dat jongeren goed in de gaten houden hoeveel belwaarde ze verbruiken. **Els (18, BSO)** betaalt steeds haar eigen gsm-rekening. Ze probeert dan ook toe te komen met haar

5000 gratis sms'jes per maand. Hetzelfde geldt voor **Lisa (17, TSO)** die nu zoveel mogelijk met de vaste telefoon van thuis belt.

69% van de bevroegde jongeren heeft immers een **vaste lijn** thuis, waarmee ze in de week voor de afname van de enquête gemiddeld 3,5 gesprekken voerden.

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
gsm zelf gekocht	54%	56%	54%	51%	
Betaalt gsm-kosten...					*
nooit zelf	43%	45%	44%	38%	
soms zelf	34%	34%	35%	33%	
altijd zelf	23%	21%	21%	29%	
Betaling via abonnement	33%	34%	35%	31%	
Data-abonnement	13%	16%	11%	11%	*
Reeds van operator veranderd door promoactie	30%	31%	27%	31%	
Gemiddelde maandelijkse gsm-kosten	16,09 euro	17,55 euro	13,61 euro	16,76 euro	***
Gemiddeld aantal gesprekken...					
op een weekdag	2,31	2,75	1,84	2,22	***
op een weekenddag	3,35	3,79	2,62	3,53	***
'gisteren'	1,36	1,53	1,05	1,45	**
Gemiddeld aantal sms'jes....					
op een weekdag	46,44	55,76	37,01	43,91	***
op een weekenddag	70,74	84,48	57,01	66,73	***
'gisteren'	39,21	44,59	31,96	39,63	**
Gemiddeld aantal verstuurde bestanden...					
Op een weekdag	1,39	1,91	1,22	0,88	***
Op een weekenddag	1,54	2,15	1,31	0,95	***
Gisteren	0,5	0,70	0,42	0,30	**

Tabel 9: Overzicht van gsm-kosten en het gemiddelde gebruik voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Slechts één op drie van de jongeren heeft een **gsm-abonnement**. De rest zweert bij herlaadkaarten. Die worden vaak bekostigd door de ouders. Als het belkrediet vroegtijdig op is, moeten ze het wel bijna altijd zelf bekostigen.

- **Liesbeth (13, B-stroom)** vertelt: *“Als mijn geld vlug op is, dan ga ik dat zelf betalen met een herlaadkaart. Maar om de drie maanden gaan mijn ouders er nieuw geld opzetten”*.
- *Hetzelfde geldt voor **Bram (16, BSO)**, wiens mama maandelijks 15 euro betaalt voor een herlaadkaart. Hij beperkt de kosten door gebruik te maken van de gratis sms’jes die hij maandelijks ontvangt.*

De vaststelling dat jongeren vaak beschikken over duizenden gratis sms’en per maand, verklaart ook grotendeels het opmerkelijk hoge aantal sms’en dat jongeren dagelijks versturen (‘gisteren’ gemiddeld 39,21). Mocht je dit voor de maand April uitrekenen, dan zou de gemiddelde jongere ongeveer **1176 sms’en** versturen in die maand.

Providers

Als het op gsm providers aankomt, kiest de absolute meerderheid voor **Proximus** (50%), gevolgd door **Mobistar** (28%) en **BASE** (8%). Het aanbod dat specifiek op jongeren mikt, zoals Jim Mobile (8%) en The Mobile Factory (0,4) blijken veel minder populair.

Wellicht speelt de provider die de ouders gebruiken hierbij een belangrijke rol, en worden jongeren vaak klant bij **dezelfde provider als hun ouders**. Toch is er ook sprake van mobiliteit, aangezien 30% van de jongeren in de steekproef verklaart reeds van provider te zijn **veranderd wegens een promotieactie**.

Eerste gsm?

De leeftijd waarop de bevroegde jongeren voor het eerst een gsm hadden, is **gemiddeld 11,18 jaar**, een leeftijd die niet verschilt tussen jongens en meisjes.

Slechts weinig jongeren hebben nog steeds hun eerste gsm. Hoewel de meest voorkomende redenen om van toestel te veranderen een defect is, spelen ook het verlangen naar een nieuw design en de nieuwste snufjes een niet te onderschatten rol (Tabel 10).

Jongens zijn vaker geneigd om van gsm te wisselen omdat ze de nieuwste snufjes willen (M=28%, V=18%) of omdat er een promotie is (M=8%, V=5%). Een gsm is duidelijk ook een statussymbool.

- **Ziggy (16, TSO)**: *Ah, jawel, ik krijg wel opmerkingen op mijn gsm, da’s ongelooflijk. In het begin had ik mij dus zo’n gewone gsm gekocht en dan waren van die uitschuifbare in de mode. En dan had ik mij zo’n uitschuifbare gekocht en toen waren die klappers in de mode. En nu heb ik dus zo’n klapper gekocht en nu zijn die touchscreens in en... ja, dat is dus ongelooflijk, ik ben altijd juist te laat*

Redenen om van gsm te veranderen:	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
gsm kapot	59%	60%	53%	54%	**
Nieuw design	32%	39%	25%	29%	***
Nieuwe snufjes	23%	32%	15%	20%	***
Promotie	7%	8%	6%	5%	
Cadeau	20%	24%	16%	18%	**
Andere reden	10%	9%	9%	12%	
Nog steeds eerste gsm	12%	6%	21%	10%	***

Tabel 10: Redenen om van gsm te veranderen voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

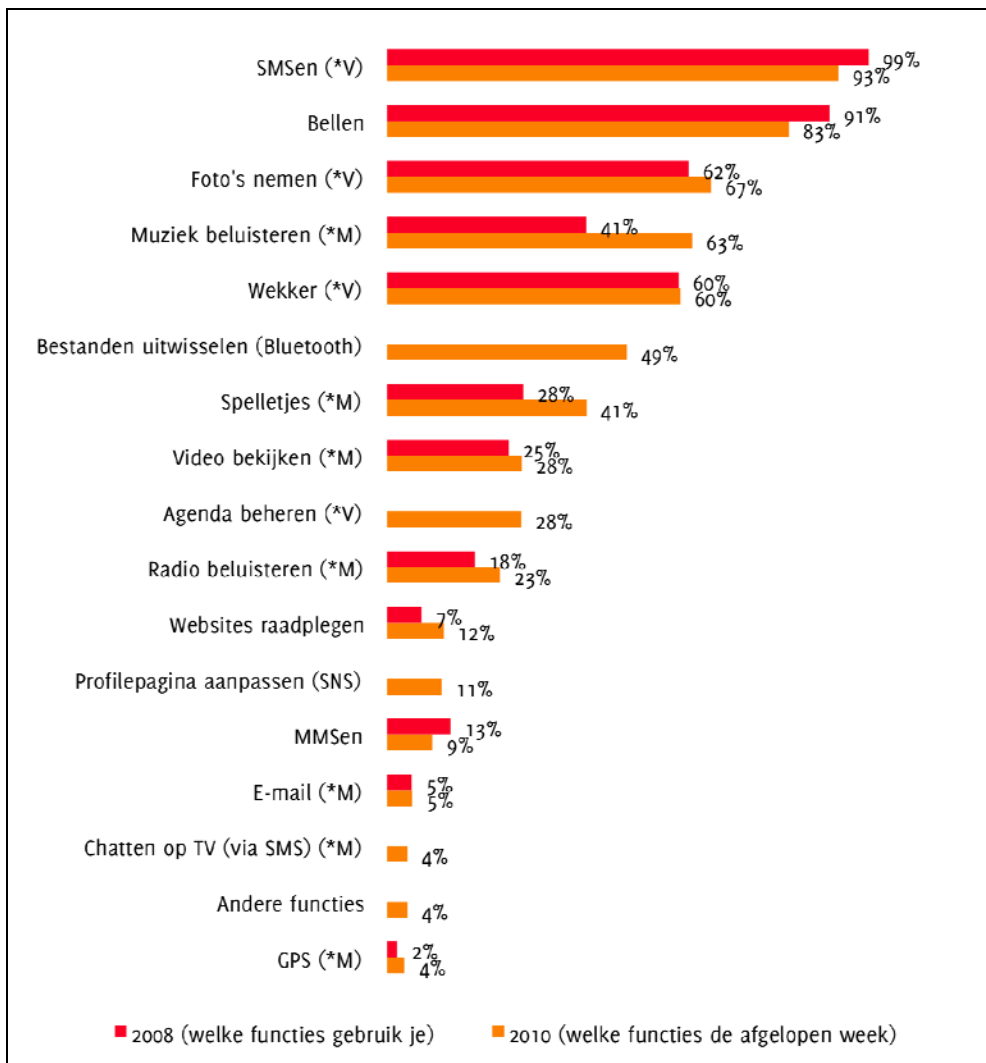
Funcities en snufjes

In vergelijking met 2008 zijn er **minder jongeren die bellen en sms'en met hun gsm**. Een heleboel andere functies winnen wel aan populariteit, zoals bijvoorbeeld foto's nemen (67%), muziek luisteren (63%) en spelletjes spelen (40%). 11-12% van de jongeren doen ook geregeld online acties zoals een social network site (SNS) updaten en websites raadplegen.

Meisjes nemen vaker foto's en maken vaker gebruik van sms, wekker en agenda. Jongens gebruiken een gsm meer als een multimedietoestel: ze luisteren ermee naar muziek en radio, bekijken filmpjes en spelen spelletjes.

Uit het kwalitatieve onderzoeksluik blijkt duidelijk dat jongeren bijzondere waarde hechten aan hun gsm. Het is immers een individueel toestel dat ze overal meenemen. De multifunctionaliteit spaart bovendien tal van andere toestellen uit:

- **Kimberly (13, B-stroom)** gebruikt haar gsm als MP3-speler naast haar eigenlijke MP3-speler: *“voor op school en zo, en in de bus. Ik ben altijd bang dat ik mijn MP3-speler ga kwijtraken en anders heb je twee dingen mee”*.



Afbeelding 3: Populariteit gsm-functies.

(*M/V verwijst naar het significant vaker gebruiken van een bepaalde functie door jongens of meisjes)

Regels voor gsm-gebruik

Net zoals bij TV gelden er **ook bij gsm amper regels** (Tabel 11). De diensten waarop men zich inschrijft en de maandelijkse sms- en belkosten zijn de voornaamste aandachtspunten met respectievelijk 44% en 38%.

Afspraken met betrekking tot...	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Wanneer gsm aan/uit moet	8%	5%	10%	8%	*
Hoe lang de gsm mag gebruikt worden	5%	4%	7%	4%	*
Wanneer de gsm mag gebruikt worden	10%	6%	13%	12%	***
De bestanden die gedownload worden	18%	18%	23%	13%	***
De diensten (abonnementen) waarop ingeschreven wordt	44%	43%	52%	35%	***
Bloot	29%	24%	40%	24%	***
Maandelijkse sms- en belkosten	38%	33%	44%	38%	**

Tabel 11: Regels in verband met gsm-gebruik

6. Gaming

Tijdsbesteding

Gamen is uitermate populair bij jongeren. Uiteraard is 'gaming' een breed begrip¹⁴. In dit luik beperken we ons tot gaming op gameconsole en op computer.

Jongeren gamen **gemiddeld 1 uur en 26 minuten per weekdag** (tabel 12). In het weekend loopt dit zelfs op tot 2 uur en 29 minuten. Jongeren met een mediarijke slaapkamer gamen opmerkelijk meer dan de andere profielen.

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Gaming op een weekdag	1u26min	1u54min	1u13min	24min	***
Gaming op een weekenddag	2u29min	3u16min	2u14min	29min	***
Gaming 'gisteren'	1u05min	1u27min	52min	22min	***

Tabel 12: Gemiddelde tijd gespendeerd aan gaming voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

¹⁴ Voor een beknopt overzicht, zie <http://www.cjsm.vlaanderen.be/gaming/index.shtml>

Het wekt bovendien geen verbazing dat **meisjes minder gamen dan jongens**: 1u16min minder op een weekdag, 2u09 minder op een weekenddag en 1u14min minder 'gisteren'. Dat betekent natuurlijk niet dat meisjes geen fervente gamers kunnen zijn.

- Ellen (16, ASO): *Ik speel The Sims, ja. Ik vind dat leuk dat je zo uw eigen huis kunt maken en uw eigen mensen kunt kiezen. Dat je in feite uw eigen leven kunt creëren. En snowboarden... omdat ik dat in 't echt ook graag doe, en dat spel is nog wel cool.*

Soorten spelletjes

Dankzij de ruime verspreiding van snelle breedbandverbindingen zijn de afgelopen jaren de mogelijkheden om via het internet met of tegen anderen te spelen sterk toegenomen:

- Bijna de helft van de ondervraagde jongeren (48%) speelt op de computer **offline single player games**¹⁵.
- Een **single player spelletje op het internet** is een pak couranter en wordt door de mediarijke jongeren in bijna 40% van de gevallen dagelijks gespeeld. Een voorbeeld hiervan zijn de immens populaire flashgames. Dit zijn eenvoudige spelletjes die je in de browser kan spelen (zie vb. spele.nl). Het is opvallend dat jongeren met een relatief beperkt mediabezit voornamelijk aan dit type gaming doen.
- **Online multiplayer games** (vb. World of Warcraft) zijn enkel bij de mediarijken populair: 49% van de jongeren met mediarijke slaapkamer en 39% met een mediarijke omgeving doen het minstens wekelijks. Ongeveer 40% speelt het (meer dan) wekelijks.
- Minder dan 20% van de jongeren speelt nog **offline multiplayer games** op hun computer. Dit speltype lijkt dan ook veelal tot het verleden te behoren.

Bezit en locatie van gametoestellen

“Waar bevindt je gametoestel zich?” vroegen we aan alle respondenten die aangaven minstens één maal per maand te gamen. In de gehele steekproef staat de gameconsole opvallend vaker in de **slaapkamer** bij jongens (M=45%, V=26%). Bovendien heeft 23% van de meisjes geen game console, terwijl dit slechts bij 11% van de jongens het geval is.

		Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
De gameconsole staat...	Slaapkamer	37%	72%	60%	14%	***
	Woonkamer	34%	17%	66%	1%	
	Elders	14%	9%	25%	1%	
	Geen gameconsole	16%	2%	9%	84%	

Tabel 6: Locatie van een gametoestel voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

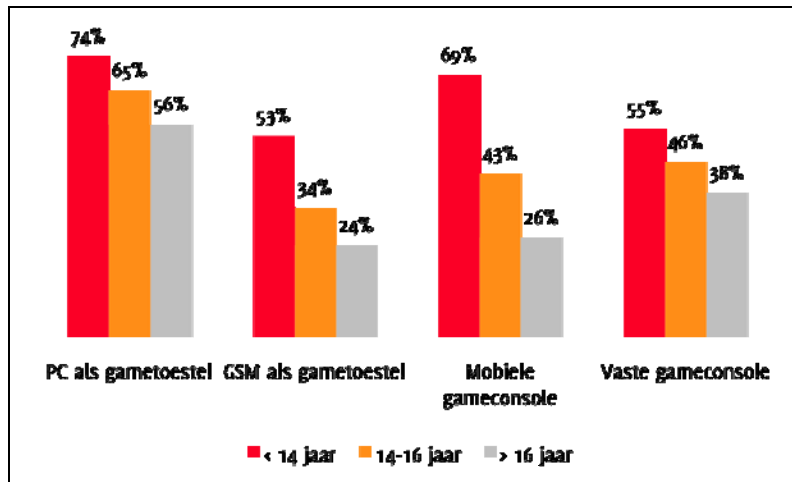
¹⁵ Volledige tabel in bijlagen

De jongeren met een relatief beperkt mediabezit blijken **in 84% van de gevallen geen gameconsole** te bezitten. Dit betekent dat ze vooral op de computer gamen. Dit wordt bevestigd door de onderstaande gegevens (Tabel 7). Maar liefst 84% van de gamende relatief beperkte mediabezitters gebruikt de computer om spelletjes te spelen. Ook de **gsm** geldt voor 45% van alle gamers als een spelmedium. Bij de vaste consoles zijn vooral de **Playstation 2 en 3** en de **Nintendo Wii** populair.

	Gamers in steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig
Computer (*M)	82%	83%	80%	84%	
gsm	45%	49%	41%	43%	*
Game Cube	4%	5%	4%	3%	
Xbox (*M)	5%	7%	4%	2%	**
Xbox 360 (*M)	13%	18%	10%	4%	***
Wii (*V)	32%	35%	33%	13%	***
Gameboy (*M)	17%	19%	17%	9%	*
Playstation 1 (*M)	9%	11%	8%	4%	*
Playstation 2 (*M)	46%	55%	44%	18%	***
Playstation 3 (*M)	25%	34%	20%	7%	***
PSP (*M)	29%	39%	23%	11%	***
Nintendo DS (*V)	35%	38%	38%	15%	*
Andere	6%	6%	7%	5%	

Tabel 7: Meest populaire gametoestellen bij de gamers uit de steekproef en de onderscheiden profielen (*M/V verwijst naar een significant verschil tussen jongens en meisjes)

Opvallend is ook de relatieve populariteit van mobiele game consoles zoals de **Playstation Portable** (29%) en de **Nintendo DS** (35%). De onderstaande grafiek toont aan dat jongere tieners procentueel meer gametoestellen gebruiken dan ouderen (Afbeelding 4). <14 jarigen gamen opvallend meer op mobiele toestellen zoals de **gsm** (53%) en **mobiele spelconsoles** (69%)



Afbeelding 4: Bezit van verschillende types gametoestellen per leeftijdscategorie (enkel jongeren die minstens 1x per week gamen)

Regels voor gaming

Er zijn **vaker afspraken voor games dan voor tv en gsm** (Tabel 8). Voor meer dan de helft van de gamers (55%) gelden regels met betrekking tot schoolwerk. Andere regels zijn minder frequent (vb. hoe lang, wanneer). Een mogelijke verklaring hiervoor is de koppeling van gameconsoles met een televisietoestel.

- Zo vertelt **Bruno (16, TSO)** dat hij thuis enkel mag gamen als er niemand tegelijkertijd naar televisie wil kijken.

Afspraken met betrekking tot...	Gamers in steekproef (N=1398)	Mediarijke slaapkamer (N=676)	Mediarijke omgeving (N=538)	Relatief beperkt mediabezit (N=184)	Sig.
Schoolwerk	55%	49%	66%	44%	***
Hoe lang er mag gegamed worden	30%	20%	42%	28%	***
Wanneer er mag gegamed worden	29%	20%	40%	30%	***
De bestanden die gedownload worden	27%	22%	34%	24%	***
Het type games dat gespeeld worden	15%	9%	22%	17%	***
Geweld in games	16%	9%	23%	19%	***
Bloot in games	28%	19%	39%	30%	***
Met wie er gespeeld wordt	14%	10%	17%	16%	**

Tabel 8: Regels in verband met gaming voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

7. MP3-spelers

We hebben het reeds gehad over het bezit van mobiele gameconsoles zoals een Nintendo DS en PSP (46% in de totale steekproef) en het bezit van gsm (97%). Ook MP3-spelers zijn prominent in de binnenzak van jongeren aanwezig. **Niet minder dan 85% van de bevroegde jongeren heeft er één.**

Tabel 15 toont dat jongeren met een mediarijke slaapkamer opvallend vaker een MP3-speler hebben dan beide andere profielen. Er is **geen significant verschil tussen beide geslachten, noch voor de leeftijd waarop men een MP3-speler heeft.**

Een kwart van de jongeren gebruikt de MP3-speler **ook om videomateriaal te bekijken.** Toestellen zoals onder andere een iPod Touch/Video laten dit immers toe. Net zoals de gsm kan dus ook de MP3-speler als een heus mobiel multimedia-apparaat gezien worden.

	Totale Steekproef	Mediarijke Slaapkamer	Mediarijke Omgeving	Relatief Beperkt Mediabezit	Sig.
MP3-Speler	85%	92%	82%	81%	***
Gebruik van MP3-speler					
Dagelijks	51%	54%	46%	52%	
Om de 2-3 dagen	19%	18%	21%	17%	
Wekelijks	12%	12%	13%	10%	
< Wekelijks	18%	15%	20%	21%	
Filmpjes op MP3					
Ja	25%	30%	25%	18%	***
Neen	47%	46%	45%	49%	
Niet mogelijk	28%	24%	30%	32%	

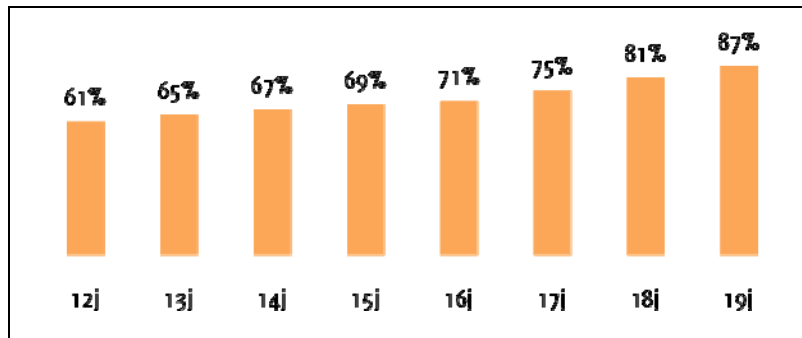
Tabel 15: Bezit en gebruik van MP3-spelers in de totale steekproef en de onderscheiden profielen

8. Computer en Internet

Bezit van een computer

Van de ondervraagde jongeren heeft **97% thuis een computer.** Er is geen substantieel verschil tussen het bezit van een desktop of een laptop. Vaak heeft men beide thuis: de meest voorkomende combinatie is 1 laptop en 1 desktop (19%), gevolgd door 2 laptops en 1 desktop (11%) en 1 desktop (10%). Jongeren hebben **gemiddeld 2,5 computers** thuis. Meisjes hebben minder laptops thuis, terwijl er voor desktops geen verschil is.

69% van de jongeren heeft een eigen computer. Er is geen verschil voor geslacht, maar wel voor leeftijd: oudere jongeren hebben vaker een eigen computer. (afbeelding 5)



Afbeelding 5: Percentage eigen computer per leeftijd

Uit het kwalitatief onderzoek blijkt dat jongeren slechts **zelden mee beslissen** over welk type vaste computer/laptop gekocht zal worden, in tegenstelling tot bij de aankoop van gameconsoles of gsm's. Ze betalen ook haast nooit mee.

- **Toby (13, A-stroom):** *"Ik heb gewoon een computer gekregen, ik ken daar ook niet zoveel van, dus maakte het ook niet zoveel uit".*

Gebruikte functies

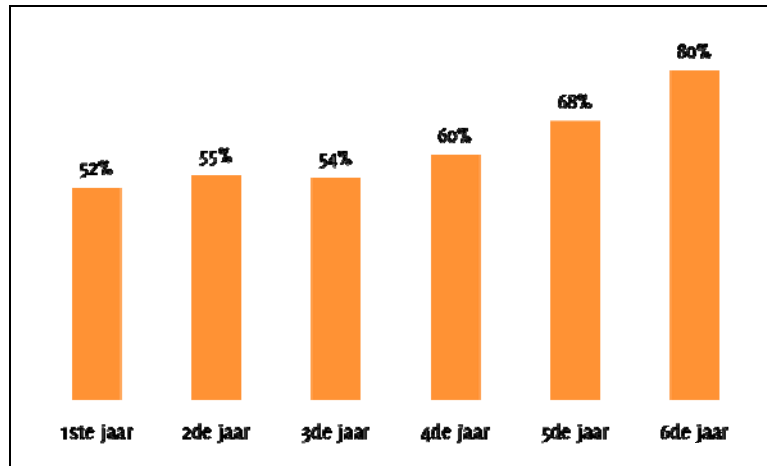
Tabel 16 toont aan dat **huiswerk maken** (61%) en het zoeken van **informatie zoeken** (75%) inderdaad vaak met de computer gebeurt. Toch scoort de computer hoger voor sociale activiteiten en ontspanning.

Er zijn duidelijke **verschillen tussen jongens en meisjes**: jongens gebruiken de computer vaker om te mailen, radio te luisteren en podcasts te downloaden, terwijl meisjes eerder de computer gebruiken om huiswerk te maken.

	Totale Steekproef	Mediarijke Slaapkamer	Mediarijke Omgeving	Relatief Beperkt Mediabezit	Sig.
Mailen	74%	75%	72%	77%	<i>n.s.</i>
Chatten	83%	86%	80%	81%	*
Bloggen	37%	40%	35%	37%	<i>n.s.</i>
Huiswerk	61%	56%	63%	68%	***
Informatie zoeken	75%	74%	77%	75%	<i>n.s.</i>
Muziek beluisteren	86%	89%	82%	85%	**
Radio luisteren	19%	22%	18%	16%	<i>n.s.</i>
Podcast downloaden	20%	26%	17%	16%	***
Video bekijken	77%	85%	76%	67%	***

Tabel 16: Gebruikte functies van een computer voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Wanneer we huiswerk maken op de computer afzonderlijk bekijken, merken we qua opleidingstype geen verschil tussen A- en B-stroom. Dit is wel het geval voor ASO, TSO en BSO, waar **jongeren in BSO veel minder vaak aangeven een computer te gebruiken voor huiswerk**: respectievelijk 75%, 72% en 43%. Bovendien is er in de 2^{de} en 3^{de} graad een lineair verband tussen het gebruik van een computer voor huiswerk en het studiejaar waarin men zit (Afbeelding 6).



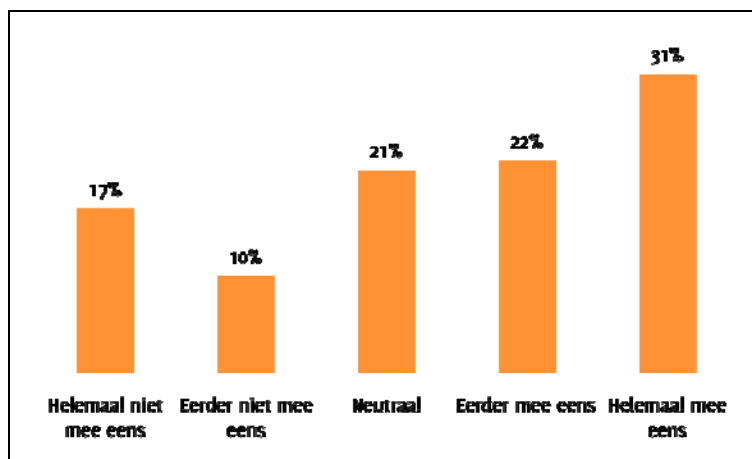
Afbeelding 6: Percentage jongeren dat gebruik maakt van een computer voor huiswerk

Locatie van de computer

Valerie (17, ASO) kreeg een **eigen computer op de kamer**, ondanks het feit dat ze dat zelf niet echt noodzakelijk vond:

Valerie: Mijn mama had dat eigenlijk al thuis en ze heeft dat een beetje opgedrongen, want dat was zo : zij wouden een nieuwe computer kopen, maar ze hadden al een computer die vrij goed was. Ik was daar eigenlijk persoonlijk totaal niet voor, voor een computer op mijn kamer, ik vind dat zo luxetoestanden en overbodig als we al met twee computers in huis zitten.

Valerie kan evenwel tot de uitzonderingen gerekend worden: de meerderheid van de jongeren in de interviews met een eigen computer, vindt dat absoluut geen reden tot klagen. Meer dan de helft van de jongeren (53%) gaan eerder akkoord tot helemaal akkoord met de stelling: **“Tegenwoordig ben ik niets zonder computer”**. Dit toont opnieuw het belang van een computer in hun dagelijkse leven. Bovendien zijn er geen verschillen tussen de verschillende profielen, noch voor geslacht. Dit is wel het geval voor opleidingsniveau: jongeren uit BSO zijn het minder vaak eens met de stelling dan jongeren uit ASO en TSO.



Afbeelding 7: Antwoorden op de stelling “Tegenwoordig ben ik niets zonder computer” voor de totale steekproef

83% van de jongeren met een mediarijke slaapkamer, 57% van de jongeren in een mediarijke omgeving en 65% van de jongeren met een beperkt mediabezit hebben een eigen computer (7). De onderstaande tabel toont details over de jongeren met een eigen computer.

- 66% van de eigen computers is een laptop die in de overgrote meerderheid van de gevallen op internet kan (94%).
- 73% van de meisjes met een eigen computer heeft een laptop, terwijl dit slechts voor 60% van de jongens geldt.
- Jongens hebben ook vaker zelf hun computer gekocht (41% versus 32%).
- Jongeren met een eigen laptop zijn iets jonger.

De eigen computer...	Gehele steekproef (N=1201)	Mediarijke slaapkamer (N=568)	Mediarijke omgeving (N=308)	Relatief beperkt mediabezit (N=324)	Sig.
is een laptop	66%	65%	64%	69%	
is zelf aangekocht	37%	39%	36%	33%	
kan op het internet	94%	95%	93%	93%	
wordt meestal gebruikt...					
op de eigen kamer	63%	71%	41%	69%	***
in de woonkamer	26%	21%	40%	21%	
in de studiekamer	5%	4%	6%	5%	
elders	7%	4%	13%	5%	

Tabel 17: Karakteristieken van de 'eigen computer' voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Er zijn tal van substantiële verschillen in de plaats waar de computer gebruikt wordt. Hoewel dit **meestal de eigen slaapkamer** is (63%), gebruiken jongeren met een relatief beperkt mediabezit maar liefst in 40% van de gevallen hun computer in de woonkamer. Jongens gebruiken vaker een

computer op de eigen kamer (65% M, 60% V), terwijl meisjes vaker in de woonkamer de computer gebruiken (29% V, 23% M).

In de diepte-interviews merkten we dat het **surfgedrag van de jongeren niet zoveel verschilt volgens plaats**. Een vaak gehoorde opmerking was wel dat surfen in een gedeelde ruimte beperkter is doordat de jongere vaak geen geluid mag maken tijdens het surfen.

- Kelly (13, B-stroom): (aarzelt) *Euhm, neen overal ... als ik in de woonkamer zit ga ik op Netlog, en als ik op mijn kamer zit ook, dus dat blijft overal hetzelfde. In de woonkamer ga ik niet op YouTube, omdat dat met muziek is, en dan zit zij tv te kijken.*
 Interviewer: *Doe je dat dan wel als je alleen thuis bent?*
 Kimberly: *Ja, als ik er op mag als ik alleen ben.*

Regels voor computergebruik

Voor computergebruik gelden opnieuw weinig regels of afspraken, zeker voor de jongeren met een mediarijke slaapkamer (Tabel 18). Enkel op vlak van schoolwerk zijn er in 42% van de gevallen regels, vooral bij jongeren in een mediarijke omgeving (52%).

- Voor meisjes gelden vaker regels met betrekking tot schoolwerk, de duur van het computergebruik en welk gezinslid wanneer de computer mag gebruiken.
- De jongeren die regels opgelegd krijgen blijken opvallend ouder te zijn dan zij die zich niet aan regels moeten houden.

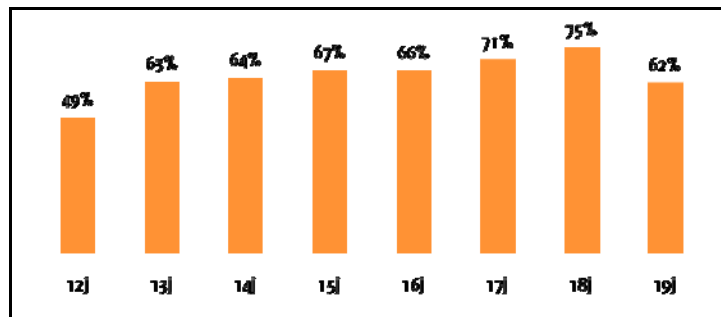
Regels omtrent...	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Schoolwerk	42%	38%	52%	38%	***
Hoe lang op de computer	29%	19%	41%	30%	***
Wanneer op de computer	28%	20%	39%	27%	***
Wanneer andere gezinsleden de computer mogen gebruiken	24%	16%	30%	27%	***

Tabel 18: Regels in verband met computergebruik voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Waar online?

Vandaag worden computer en internet in één adem vernoemd. 97% van de jongeren met een computer thuis heeft dan ook internet. **65% kan zelfs zonder controle van de ouders op het internet vanuit de eigen slaapkamer** (Afbeelding 8, Tabel 19). Net zoals bij de andere technologieën hebben jongens het vaker op de slaapkamer dan meisjes (62% versus 68%). Ze gaan dan ook vaker online op de kamer (44% versus 35%) en minder in de woonkamer (36% versus 46%). Jongeren met internet op

de kamer zijn gemiddeld ongeveer een half jaar ouder. Net zoals bij het bezit van een computer op de kamer volgt het percentage internet op de kamer per leeftijd grotendeels dezelfde stijgende lijn.



Afbeelding 8: Percentage 'mogelijkheid om alleen te surfen op de slaapkamer' per leeftijd

Jongeren die meestal in de eigen kamer online gaan zijn ouder (15,33j) dan zij die dit meestal in de woonkamer (14,1j) of in een studiekamer (14,91) surfen. Opnieuw zijn het de jongeren met een mediarijke slaapkamer die het vaakst computer en internet op die plek ter beschikking hebben. Zij maken er dan ook dankbaar gebruik van (55%). Jongeren met een mediarijke omgeving hebben wel bijna steeds toegang tot het internet (99%), maar meestal gaan ze online vanuit de woonkamer (53%).

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Internetaansluiting thuis	98%	99%	99%	97%	
Internet wanneer alleen op de slaapkamer	65%	75%	54%	62%	***
Plaats waar men meestal thuis online gaat...					***
eigen kamer	40%	55%	22%	40%	
woonkamer	41%	32%	53%	41%	
studiekamer	9%	6%	11%	10%	
elders	10%	8%	14%	9%	

Tabel 19: Locatie internetgebruik voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Buitenshuis online gaan, gebeurt het vaakst bij vrienden (44%), gevolgd door op school (22%) en bij een lief (12%). Amper 0,7% gaat meestal online in een jeugdcentrum of bij een jeugdvereniging. Hierbij moet wel benadrukt worden dat de vraag peilde naar de plek buitenshuis waar men het meest internet gebruikt. (Er was met andere woorden maar 1 antwoord mogelijk.)

	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Internetgebruik op een gemiddelde weekdag	2u40min	3u20min	1u57min	2u31min	***
Internetgebruik op een gemiddelde weekenddag	3u58min	4u59min	3u19min	3u17min	***
Internetgebruik gisteren	2u02min	2u33min	1u38min	1u45min	***

Tabel 20: Gemiddeld internet gebruik voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Regels voor internetgebruik

Er zijn vooral regels omtrent schoolwerk (37%) en bloot (35%) (Tabel 21). Meisjes kennen vaker regels rond wanneer het internet mag gebruikt worden en welke bestanden men mag downloaden. Voor alle regels gelden significante verschillen: jongeren die aan regels onderworpen zijn, zijn consistent jonger. Jongeren met een mediarijke omgeving krijgen het vaakst regels opgelegd.

Regels omtrent	Gehele steekproef	Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Sig.
Schoolwerk	37%	34%	43%	34%	**
Hoe lang het internet mag gebruikt worden	21%	16%	27%	22%	***
Wanneer het internet mag gebruikt worden	19%	12%	28%	21%	***
De bestanden die gedownload worden	29%	23%	37%	28%	***
Bloot	35%	32%	45%	30%	***

Tabel 21: Regels in verband met internetgebruik voor de totale steekproef en de onderscheiden profielen

Uit het kwalitatief onderzoek blijkt dat de regels die jongeren over hun internetgebruik krijgen opgelegd meestal algemeen van aard zijn.

- **Nico (15, TSO):** "Ik mag er gewoon niet te lang op. Langer als 4 uur of 5 uur mag ik zeker niet op internet gaan".

Vaak zijn deze regels of afspraken ook gebonden aan schoolresultaten:

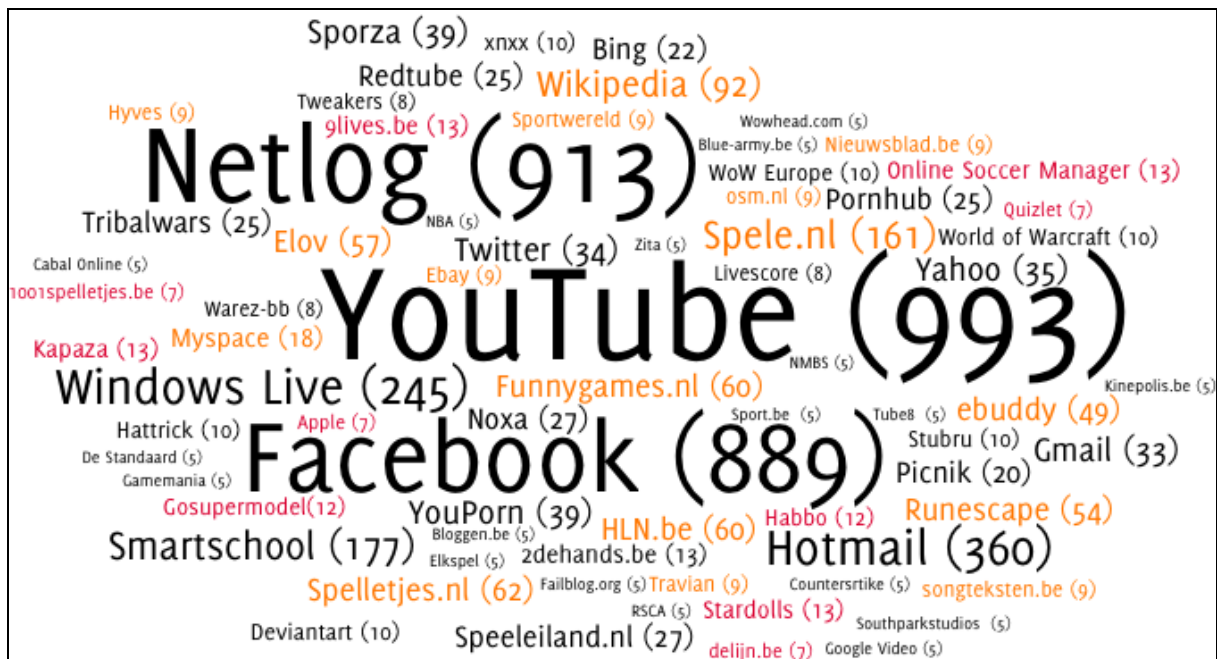
- **Karolien (13, B-stroom):** "Vroeger mocht ik alleen de woensdag, de zaterdag en de zondag er op, maar nu als ik een goed rapport heb of goede punten en ja, flink ben geweest of een keer

met iets heb geholpen, met de afwas of zo, dan mag ik meestal wel een uurtje of een anderhalf uur”

Favoriete websites

In de vragenlijst vroegen we aan de jongeren om hun **5 favoriete websites** op te geven (zoekmachines zoals Google en Bing mochten niet). Op basis hiervan werd de onderstaande tagcloud gegenereerd (Afbeelding 9).

- De onbetwiste top drie bestaat uit **YouTube (993)**, **Netlog (913)** en **Facebook (889)**.
- Wat lager in de ranking vinden we de **webmail en community services van Microsoft** (Windows Live, 245; Hotmail, 360).
- Jongeren maken ook in grote getale gebruik van **elektronische leerplatformen** zoals Smartschool (177) en Elov (57). Wellicht eveneens schoolgerelateerd is het frequente bezoek aan Wikipedia (92).
- Verder blijken ook **spelletjessites** bijzonder populair (Spele.nl, 161; Spelletjes.nl, 62; Speeleiland.nl, 27).
- Tot slot kunnen we niet heen om de relatieve populariteit van **pornosites** (89).



Afbeelding 9: Tagcloud van de populairste websites onder jongeren

Daarnaast vermelden sommige respondenten ook bepaalde fora, groepsblogs of websites die bepaalde ‘**communities of practice**’ of interest targetten. Lisa (17, TSO), een hevige fan van Tokio Hotel, illustreert:

- **Leen (17, TSO):** *soms surf ik wat rond op internet voor informatie enzo en euh, soms op forums en dat zijn dan wel forums die over muziek gaan en dan meer fans ook van Tokio Hotel en dan kan ik daar wel een keer meer over praten. (glundert opnieuw) Dat zijn dan ook mensen die fan zijn. Dat is dan ook leuker om er met zo iemand over te praten dan met iemand die geen fan is.*

De onderstaande tabel geeft een overzicht van de websites die **meer dan 10 keer** voorkomen in de persoonlijke top 5.

Rang	Website	Frequentie	Rang	website	Frequentie
1	YouTube	993	22	Pornhub	25
2	Netlog	913	23	Redtube	25
3	Facebook	889	24	Tribalwars	25
4	Hotmail	360	25	Picnik	20
5	Windows Live	245	26	Myspace	18
6	Smartschool	177	27	2dehands.be	13
7	Spele.nl	161	28	9lives.be	13
8	Wikipedia	92	29	Kapaza	13
9	Spelletjes.nl	62	30	Online Soccer Manager	13
10	Funnygames.nl	60	31	Stardolls	13
11	HLN.be	60	32	Gosupermodel	12
12	Elov	57	33	Habbo	12
13	Runescape	54	34	Limewire	11
14	Ebuddy	49	35	Tagged	11
15	Sporza	39	36	Deviantart	10
16	YouPorn	39	37	Hattrick	10
17	Yahoo	35	38	Stubru	10
18	Twitter	34	39	World of Warcraft	10
19	Gmail	33	40	WoW eu	10
20	Noxa	27	41	xnxx	10
21	Speleiland.nl	27			

Tabel 22: Overzicht websites die meer dan 10x vrij vernoemd werden binnen de persoonlijke top 5

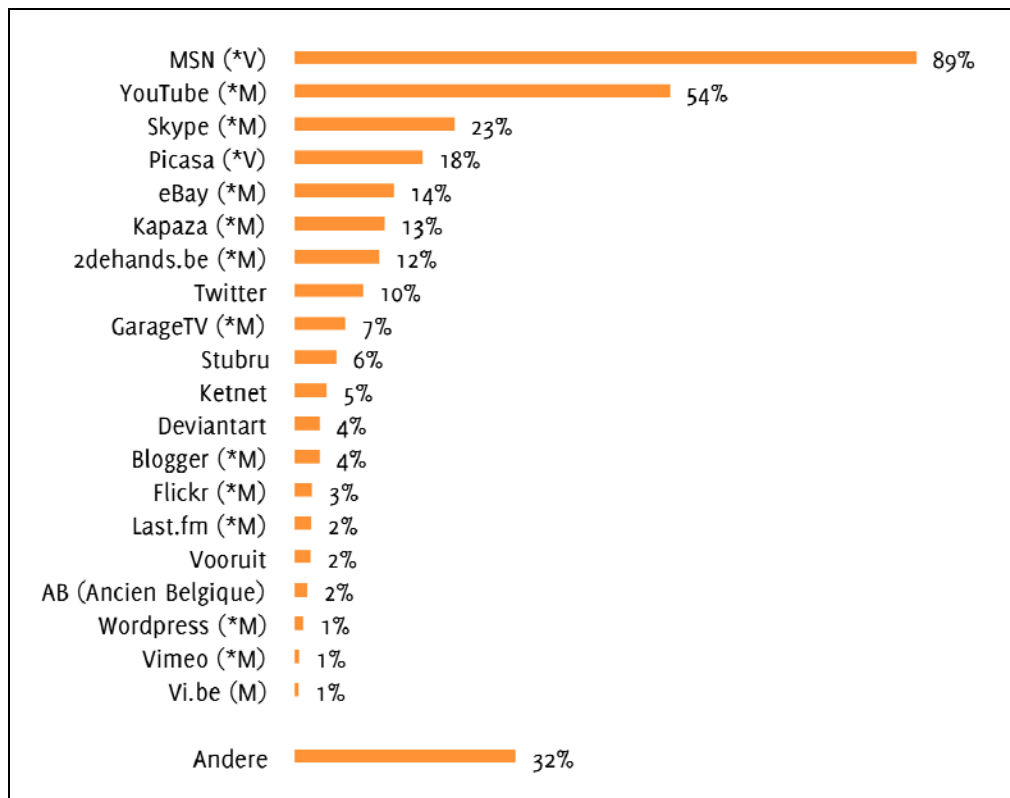
De jongeren gaven ook aan of ze een **account** hebben op een aantal **populaire websites en diensten** (exclusief social network sites, zie hoofdstuk 10 daarvoor). Het plaatje bevestigt veelal de bevindingen uit de tagcloud hierboven.

Zoals aangeduid in de onderstaande grafiek zijn er tal van significante **geslachtsverschillen**:

- meisjes hebben vaker een account op MSN en Picasa.
- Jongens hebben vaker een account op YouTube, Skype, koop/veilingssites zoals Ebay, 2dehands.be en Kapaza, Blogger, Flickr, last.fm, Wordpress, Vimeo en Vi.be.

Er zijn tevens significante **leeftijdverschillen**:

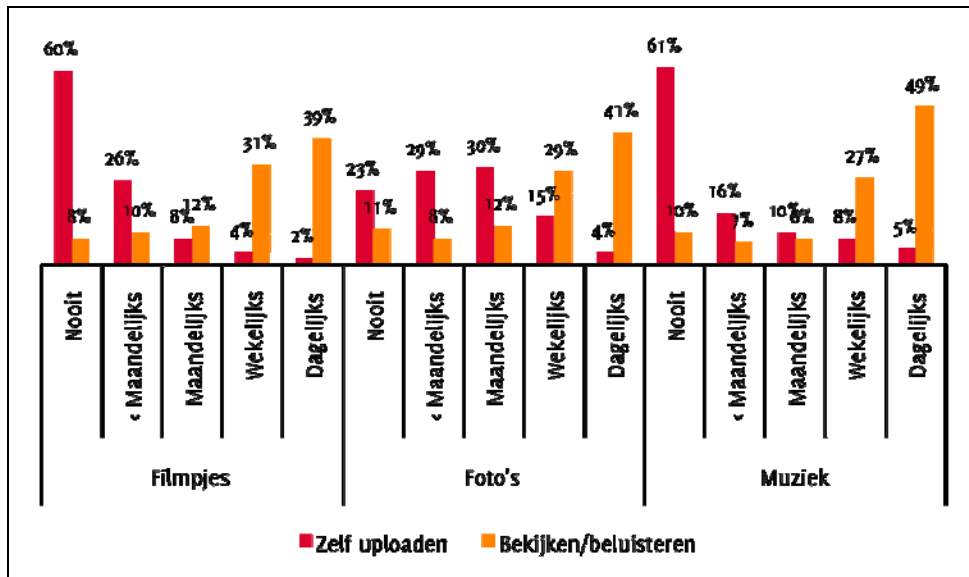
- jongeren met een account op MSN, Skype, Picasa, Youtube, 2dehands.be, eBay, Kapaza, last.fm, AB, Stubru, Vooruit, Deviantart zijn gemiddeld ouder dan zij die er geen hebben.
- Het omgekeerde geldt voor Blogger en Ketnet.



Afbeelding 10: Percentage accounts per webdienst
(*M/V verwijst naar een significant hoger percentage voor jongens of meisjes)

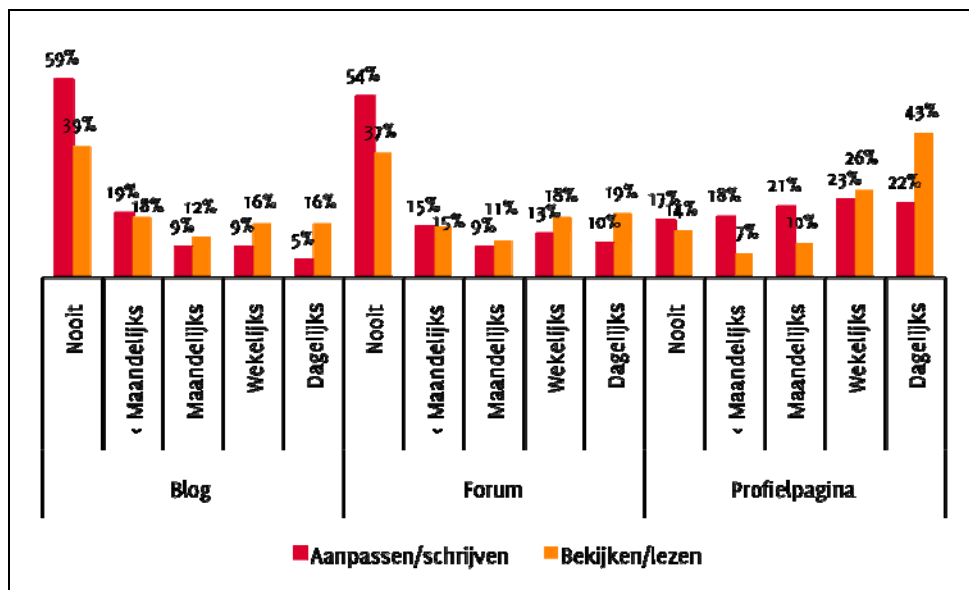
9. web 2.0 en user-generated content

Uit de gegevens blijkt dat jongeren **zeer frequent content consumeren** op het web. Zo kijkt 39% dagelijks naar filmpjes, bekijkt 41% dagelijks foto's en luistert 49% dagelijks naar muziek (Afbeelding 11). Het **omgekeerde geldt voor zelf content toevoegen**. Ondanks de toegenomen mogelijkheden om zelf toe te voegen aan het web, blijkt dat dit al bij al niet zo populair is. 60-61% geeft aan nooit filmpjes of muziek te uploaden. Voor **foto's** is dit minder het geval: bijna de helft van de jongeren uploadt minstens maandelijks een foto.



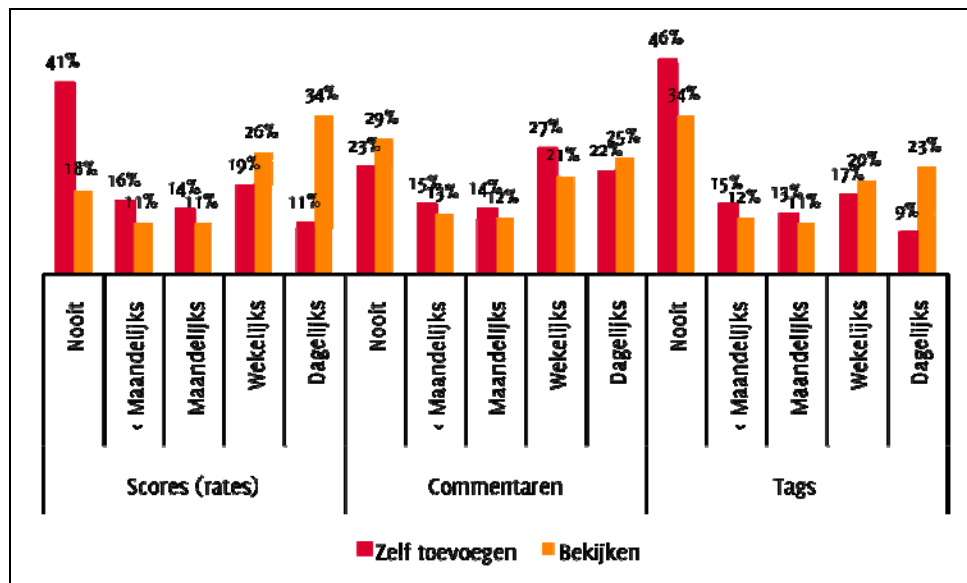
Afbeelding 11: Consumenten/toevoegen van filmpjes, foto's en muziek

De populariteit van sociale netwerksites is hier zeker niet vreemd aan. 45% van de jongeren geeft aan minstens wekelijks een profielpagina te updaten (Afbeelding 12). Veel minder voorkomend is het delen van tekst. Ruim de helft van de jongeren geeft aan nooit een blog te posten of nooit iets op een online forum achter te laten. Het is wel zo dat een harde kern van 16%-19% dit elke dag doet.



Afbeelding 12: Aanpassen/schrijven en bekijken/lezen van blogs, forum posts en profielpagina's

Een laatste vorm van content delen is het **toevoegen van metadata**. Metadata is data die andere data beschrijft. In de vragenlijst werd gevraagd hoe vaak jongeren een comment toevoegen aan een object (vb. reactie op een filmpje op YouTube), een score toekennen (vb. sterren toekennen aan een foto op Netlog) en een tag toevoegen. Een tag is een zelfgekozen trefwoord en kan bijvoorbeeld een foto beschrijven. Uit de antwoorden blijkt dat 41% nooit een score toekent aan een object, terwijl 46% dit minder dan maandelijks doet (Afbeelding 13). Men post wel geregeld een commentaar (49% minstens wekelijks). Wat taggen betreft, lopen de antwoorden uiteen: 16% doet het nooit, terwijl 9% verklaart elke dag wel een object te taggen.



Afbeelding 13: Toevoegen/bekijken van scores, commentaren en tags

Behalve voor tags en scores zijn er **geslachtsverschillen**. Jongens zetten significant vaker filmpjes en muziek online, voegen vaker scores toe aan materiaal en posten frequenter een blog of een bericht op een forum. Meisjes uploaden dan weer vaker foto's en bewerken frequenter hun profielpagina.

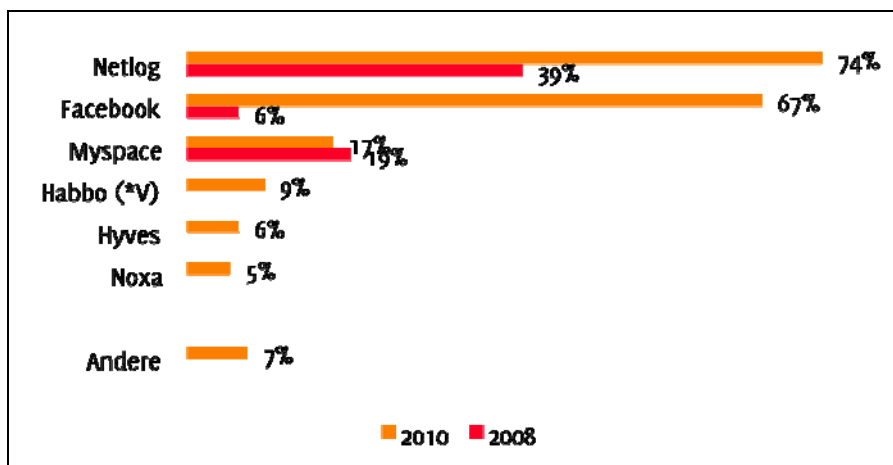
Voor verschillende types content (muziek, scores, blogs, profielpagina) geldt een minimaal, doch significant negatief verband: **hoe jonger, hoe vaker er content wordt geüpload**. De onderscheiden profielen verschillen licht, doch significant voor het uploaden van alle vormen van content. Jongeren met een mediarijke slaapkamer zijn steevast het meest bedreven in het delen van materiaal, gevolgd door die met een mediarijke omgeving. Jongeren met een beperkt mediabezit uploaden het minst vaak.

Wat consumptie betreft, zijn er significante **geslachtsverschillen** voor het bekijken van filmpjes, scores en forumberichten: jongens bekijken deze types vaker. Meisjes daarentegen browsen frequenter door profielpagina's.

10. Sociale Netwerksites (SNS)

Accounts op Sociale Netwerksites

Sociale netwerksites (SNS) blijken enorm populair. Maar liefst **87% van de bevroegde jongeren** heeft er een. Jongeren met een mediarijke slaapkamer hebben in 91% van de gevallen een account, terwijl 'slechts' 85% van de andere jongeren er een heeft.

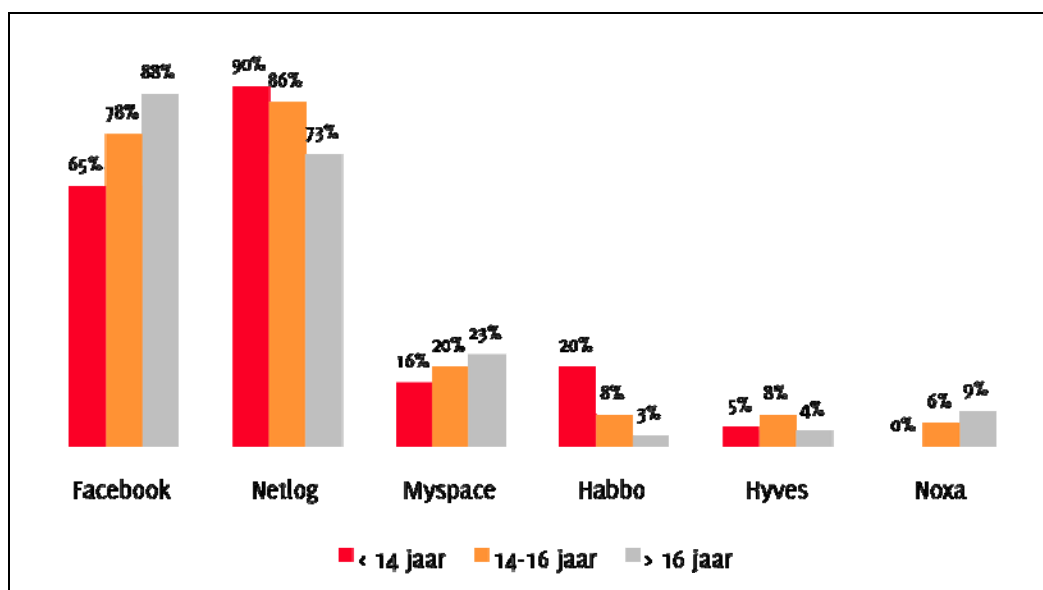


Afbeelding14: Percentage accounts op Sociale Netwerksites

De bovenstaande grafiek toont aan hoeveel procent van de jongeren een account heeft op een aantal SNS (Afbeelding 14). (SNS die minder dan 5% scoorden, zijn weggelaten)

- **Netlog** blijkt met voorsprong de populairste (74%), gevolgd door **Facebook** (67%).
- Er zijn enkel geslachtsverschillen voor **Habbo** (V=12%, M=8%).
- Wat **leeftijd** betreft blijkt dat gebruikers van Facebook, Myspace, Noxa gemiddeld ouder zijn. Het omgekeerde geldt voor jongeren met accounts op Netlog, Habbo en Hyves.

Onderstaande histogrammen tonen het **aantal accounts per leeftijdscategorie** (Afbeelding 15).



Afbeelding 15: Percentage accounts op Sociale Netwerksites per leeftijdscategorie

Uiteraard is er heel wat **overlapping** in de accounts op verschillende SNS. De meest voorkomende combinatie is Facebook en Netlog (29%), gevolgd door Facebook, Netlog en Myspace (10%). 18% van de jongeren heeft enkel een Netlog, terwijl 11% enkel een Facebook heeft.

Gebruik van Sociale Netwerksites

Niet minder dan 62% van de jongeren logt **minstens één maal per dag** in op een SNS (Tabel 23). 25% houdt anderen op de hoogte met statusupdates, terwijl 25% dit nooit doet. SNS zijn ook een handig

communicatiemiddel: 59% post minstens wekelijks een bericht bij iemand anders. 46% communiceert minstens wekelijks door middel van een **privébericht**. Op het sturen van een privébericht na (jongens doen het vaker), zijn er geen verschillen tussen beide geslachten. Hoe ouder, hoe vaker jongeren berichten berichten sturen via SNS.

Wat de profielen betreft is het duidelijk dat ook hier de onderscheiden profielen van elkaar verschillen: **jongeren met een mediarijke slaapkamer loggen significant vaker in, posten meer statusberichten en sturen meer berichten**. Opvallend is dat er geen substantiële verschillen zijn tussen jongeren met een mediarijke omgeving en diegenen met een beperkt mediabezit.

	Inloggen op SNS	Status/shout posten	Berichten posten bij anderen	Privéberichten sturen op SNS
Meermaals per dag	28%	10%	11%	9%
Dagelijks	34%	15%	20%	14%
Wekelijks	16%	20%	28%	23%
Maandelijks	4%	8%	11%	18%
Minder dan maandelijks	3%	9%	8%	13%
Nooit	2%	25%	9%	11%

Tabel 23: Frequenties van activiteiten op Sociale Netwerksites

Uit het kwalitatief onderzoek blijkt dat de meeste respondenten het gebruiken van sociale netwerksites in sterke mate associëren met het bekijken en uploaden van foto's:

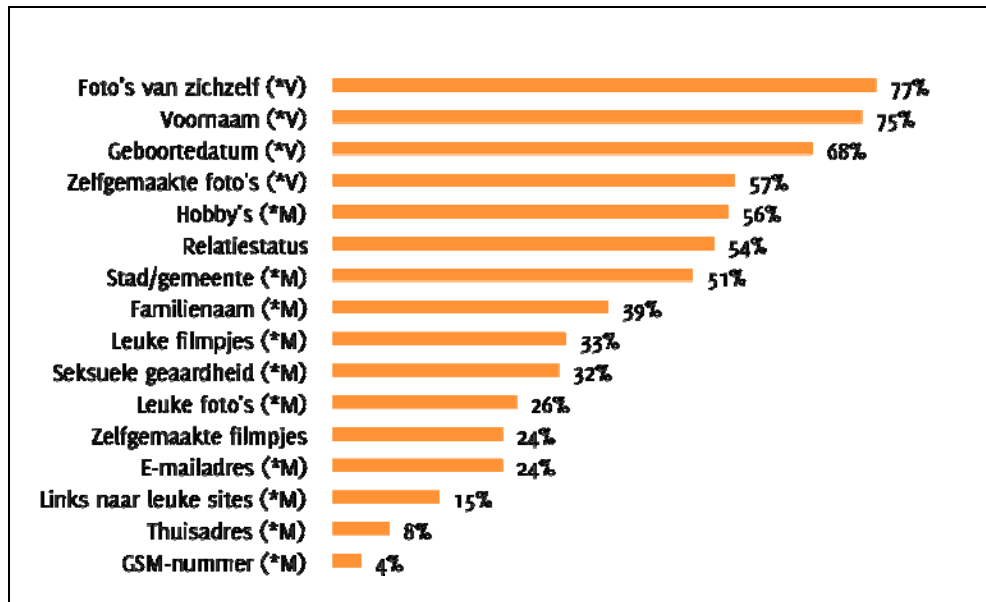
Sociale netwerksites worden ook gebruikt om op de hoogte te blijven van wat vrienden doen, om te communiceren (via instant en private messaging) of om zgn. 'social' games te spelen. Typische voorbeelden hiervan zijn Farmville, Maffia Wars, etc.

In het algemeen rapporteren de jongeren zelden negatieve of onaangename ervaringen met (interactie op) sociale netwerksites. Slechts enkele jongeren vertelden dat zij zelf, of één van hun vrienden, in het verleden een vervelende ervaring had met sociale netwerksites. Vaak gaat het hier dan over onbekende oudere mannen die de jongere benaderen.

- **Ariane (15, BSO):** *Ja, ne vent van 41 of zo, die viel vriendinnen van mij en mijzelf ook de hele tijd lastig op netlog. Maar we hebben die dan onmiddellijk geblacklisted en die heeft verder niets meer gedaan.*
- Interviewer: *Je wist dus dan dat het een verkeerd iemand was?*
Adeline: *Ja, want hij had ook zijn leeftijd en al ingesteld. Het was ne raren.*
Interviewer: *Heeft hij jullie dan ook in het echt lastiggevalen?*
Adeline: *Nee, gewoon altijd zo van 'hey, hoe is het' en van die dingen. Maar ik vind allez, een man van 41 doet dat toch niet bij een meisje van 15 beginnen chatten?*

Privacy op sociale netwerksites

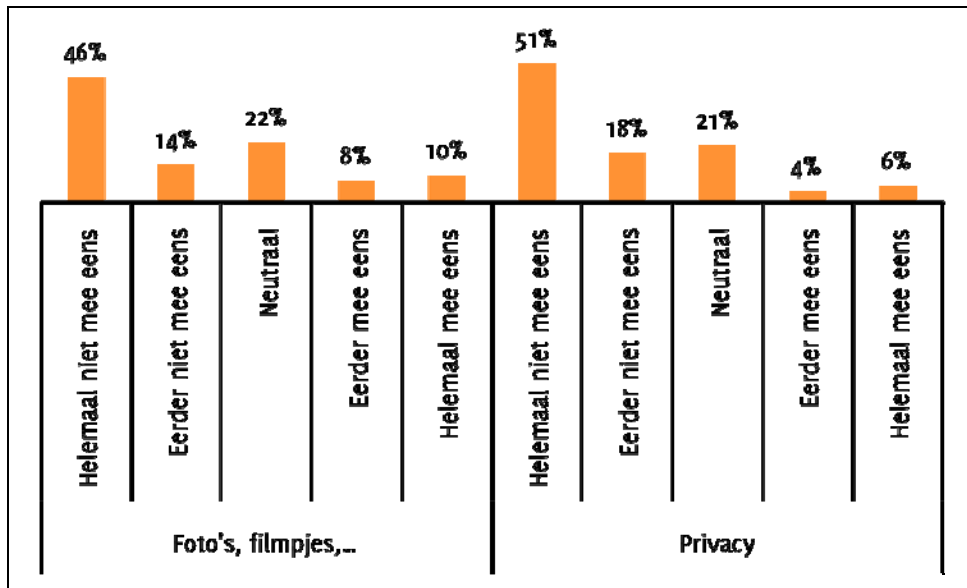
Sociale netwerkprofielen zijn de uitgelezen plek om informatie over jezelf te delen. Dit kan door middel van tekst, maar ook via foto's, filmpjes etc. Maar liefst 77% heeft een foto van zichzelf op zijn/haar profiel. **Persoonlijke informatie** zoals voornaam (75%), geboortedatum (68%), hobby's (56%), relatiestatus (54%), etc. zijn tevens courant. Meer gevoelige informatie zoals e-mail (24%), thuisadres (8%) en gsm-nummer (4%) komen veel minder vaak voor.



Afbeelding 16: Percentage informatie op een profielpagina
(*M/V verwijst naar een significant hoger percentage voor jongens of meisjes)

Het is wel opvallend dat het **vooral jongens zijn die gevoelige informatie vrijgeven**. Jongeren die voornaam, familienaam, leuke foto's, zelfgemaakte filmpjes, e-mail, gsm, geboortedatum en foto's van zichzelf vrijgeven zijn significant ouder, terwijl jongeren die relatiestatus, links naar leuke sites en zelfgemaakte foto's op hun profielpagina zetten significant jonger zijn.

Hieruit volgt een belangrijke vraag in verband met mediawijsheid. Door de juiste vinkjes in je privacysettings van Netlog of Facebook aan te zetten kun je perfect zelf bepalen wie van je online vrienden persoonlijke gegevens als gsm-nummer en adres kunnen zien. We kunnen ons dan ook afvragen of jongeren heel voorzichtig zijn met het vrijgeven van persoonlijke informatie. Of dat ze die informatie niet op hun profiel zetten omdat ze niet weten hoe ze ze moeten beschermen? Uit onze cijfers kunnen we hier geen sluitend antwoord op geven. Verder onderzoek zal dit moeten uitwijzen.

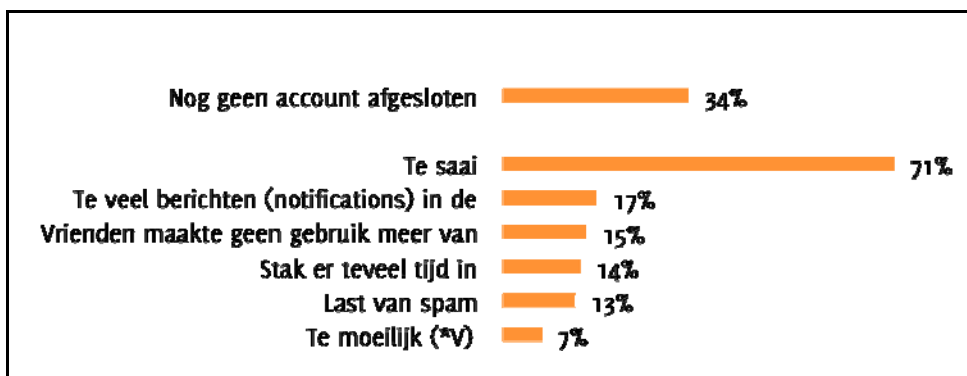


Afbeelding 17: Stellingen “Anderen zetten soms foto's, filmpjes van mij online die ik liever niet op het internet had gewild” (A) en “Ik heb het gevoel dat ik bijna geen privacy meer” (B) voor de totale steekproef

Opvallend: jongeren zijn het overwegend oneens met de stellingen “Anderen zetten soms foto's, filmpjes van mij online die ik liever niet op het internet had gewild” (A) en “Ik heb het gevoel dat ik bijna geen privacy meer” (Afbeelding 17). Er zijn voor beide stellingen geen verschillen wat betreft de onderscheiden profielen, noch voor geslacht.

Tijdelijkheid van een online sociaal netwerkprofiel

SNS profielen hebben blijkbaar een tijdelijk karakter: **niet minder dan 66% heeft in het verleden een account op een site afgesloten** (Afbeelding 18). Jongeren die dit aangeven zijn significant jonger. Ruim 70% van de respondenten die reeds een account sloten gaven aan dat het **te saai** was. Andere mogelijke redenen worden veel minder frequent aangehaald. Er is slechts een verschil voor geslacht: meisjes halen vaker ‘**te moeilijk**’ aan als reden om een account te schrappen. Dit geldt ook voor jongere respondenten, die bovendien aangeven reeds een account te hebben gesloten omdat hun vrienden er wegtrrokken. Ouderen geven dan weer vaker aan dat de hoeveelheid **spam en notifications** hen hebben aangezet om een account te verwijderen.



Afbeelding 18: Redenen om een profielpagina te verwijderen
(*M/V verwijst naar een significant hoger percentage voor jongens of meisjes)

11. Online vriendschappen

Nieuwe vrienden maken

61% van de jongeren in de steekproef maakte al nieuwe vrienden via het internet. Dit is significant vaker het geval bij jongens (53%) en bij oudere jongeren (gemiddeld 14,70 jaar versus 15,09 jaar). Wat de profielen betreft merken we dat vooral jongeren met een mediarijke slaapkamer al vrienden maakten via het internet (67%).

Een mogelijke manier is het in contact komen met nieuwe mensen **via reeds bestaande contacten**, wat 60% van de jongeren bevestigen. 65% van de jongeren geeft aan dat ze al vrienden toevoegden die ze nog nooit in het echt hadden gezien. Hier is er geen geslachtsverschil. Het is wel al vaker gebeurd bij jongeren met een mediarijke slaapkamer (70%) dan bij de andere profielen (61%-63%).

Afspreken

32% van de jongeren sprak al eens af met iemand die men leerde kennen via het internet. Dit vooral bij oudere jongeren: we stuiten op een gemiddelde leeftijd van 15,19 jaar voor zij die reeds iemand leerden kennen via het internet, tegenover een gemiddelde van 14,83 jaar voor de andere groep. Jongens spreken vaker af dan meisjes (35% versus 28%). Dit geldt ook voor jongeren met een mediarijke slaapkamer (40% versus 23% voor jongeren met een mediarijke omgeving en 30% voor diegenen met een beperkt mediabezit). Dit gebeurde gemiddeld reeds 6,16 maal. Er is een opvallend groot verschil tussen de gemiddelden van jongens en meisjes: respectievelijk 8,12 en 3,65. Er is echter geen verband tussen het aantal afspraakjes en leeftijd.

De **meest frequente redenen om met iemand af te spreken** (277 antwoorden) zijn om elkaar in het 'echt' te ontmoeten en elkaar beter te leren kennen (34%), omdat men de andere leuk vond of zelfs gevoelens voor hem of haar had (31%), omdat het leuk leek om eens af te spreken (6%), omdat men elkaar al lang kende online (5%), omdat men gelijklopende interesses had (4%), etc.

De overgrote meerderheid heeft hier **overwegend goede herinneringen** aan (86%). Er zijn geen verschillen qua geslacht, leeftijd en profiel. 165 jongeren gaven een specifieke reden aan: 32% vond het een 'leuke ontmoeting', 27% verklaart vrienden te zijn geworden, 18% is een liefdesrelatie begonnen. 10% verklaart expliciet dat het een negatieve ervaring was: het 'klikte' niet of men vond de activiteiten eigenlijk niet zo leuk.

Liefdesrelaties

25% van de respondenten stelt al eens bevriend te zijn geraakt met iemand die ze online leerden kennen. Er zijn verschillen tussen de profielen of voor geslacht. Dit is wel het geval voor leeftijd: zij die ja antwoordden zijn gemiddeld 15,27 jaar oud, wie neen antwoordde 14,88 jaar. Bij 17% mondde een online contact ooit uit in een **liefdesrelatie**. Hier gelden verschillen per profiel (60% voor de mediarijke slaapkamer), maar niet voor geslacht (M: 55%, V: 53%) en leeftijd (Ja: 15,24 jaar, neen: 15,13 jaar).

659 jongeren in de steekproef gaven meer informatie over de **manier waarop ze vrienden maken**. In de meeste gevallen gebeurt dit via een SNS (Netlog: 16%, Facebook: 4% of een andere SNS 17%). Ook via andere vrienden (8%), MSN en chatten (13%) en spelletjes (8%) zijn de meest populaire antwoorden.

Contacten verwijderen

Het is echter niet altijd een positief verhaal: 37% van de jongeren geeft aan de afgelopen maand **iemand uit de online vriendenlijst te hebben verwijderd**, hetgeen het vaakst voorkwam bij de jongeren met een mediarijke slaapkamer (41%). Er is geen verschil voor geslacht, maar wel voor leeftijd aangezien dit iets vaker gebeurde op hogere leeftijd. 46% in diezelfde periode iemand geblokkeerd. Leeftijd en geslacht verschillen niet. Opnieuw gebeurde het vaker bij de jongeren met een mediarijke slaapkamer (51% versus een algemeen percentage van 45%).

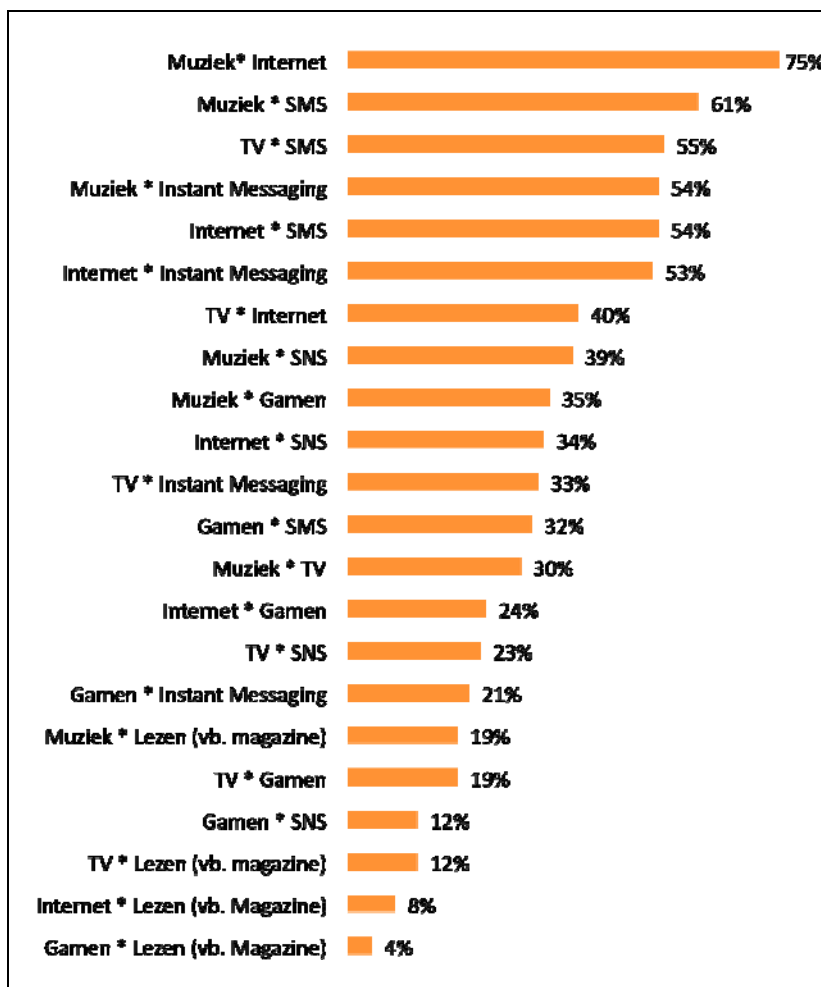
579 jongeren gaven meer informatie over de **redenen om iemand te blokkeren**. Van deze jongeren verklaart 34% dat ze iemand blokkeerden omwille van te veel interactie ('stalking', 'zagen', etc.), problemen met iemand omwille van uiterlijk, karakter, etc. (22%), ruzie (12%), iemand niet kennen (4%) en spam (4%). 443 van de respondenten schreven waarom ze reeds iemand uit hun vriendenlijst verwijderd hebben: 19% had een probleem met iemand uiterlijk of karakter, 18% kende de persoon niet langer, 11% kreeg ruzie en in 10% van de gevallen verwaterde het contact.

12. De jonge duizendpoot: multitasking

Het voorgaande cijfermateriaal toont aan dat op een doordeweekse dag jongeren bij benadering gemiddeld 2,5u TV kijken, 1,5u gamen, 2,5u het internet gebruiken, 46 sms'jes versturen, etc. En toch hebben ze nog tijd voor jeugdbeweging, sportclub en muziekacademie?

Dit is uiteraard te wijten aan **multitasking**, ofwel het combineren van activiteiten. Jongeren blijken er kampioenen in te zijn.

- **Muziek luisteren** wordt het vaakst gecombineerd met andere activiteiten, zoals surfen (75%), sms'en (61%) en Instant Messaging (54%)
- **Sms'en** tussen het mediagebruik door blijkt ook zeer courant. Een gelijkaardige vorm van communicatie, instant messaging, wordt evenzeer vlot gecombineerd met het luisteren naar muziek en surfen.
- Een meer belastende vorm van multitasking, gerapporteerd door 40% van de jongeren, is de combinatie **internet en tv-kijken**.
- Bovendien valt het op hoe weinig jongeren de consumptie van **geprinte media** combineren met andere activiteiten.



Afbeelding 19: Multitaskingcombinaties in de totale steekproef

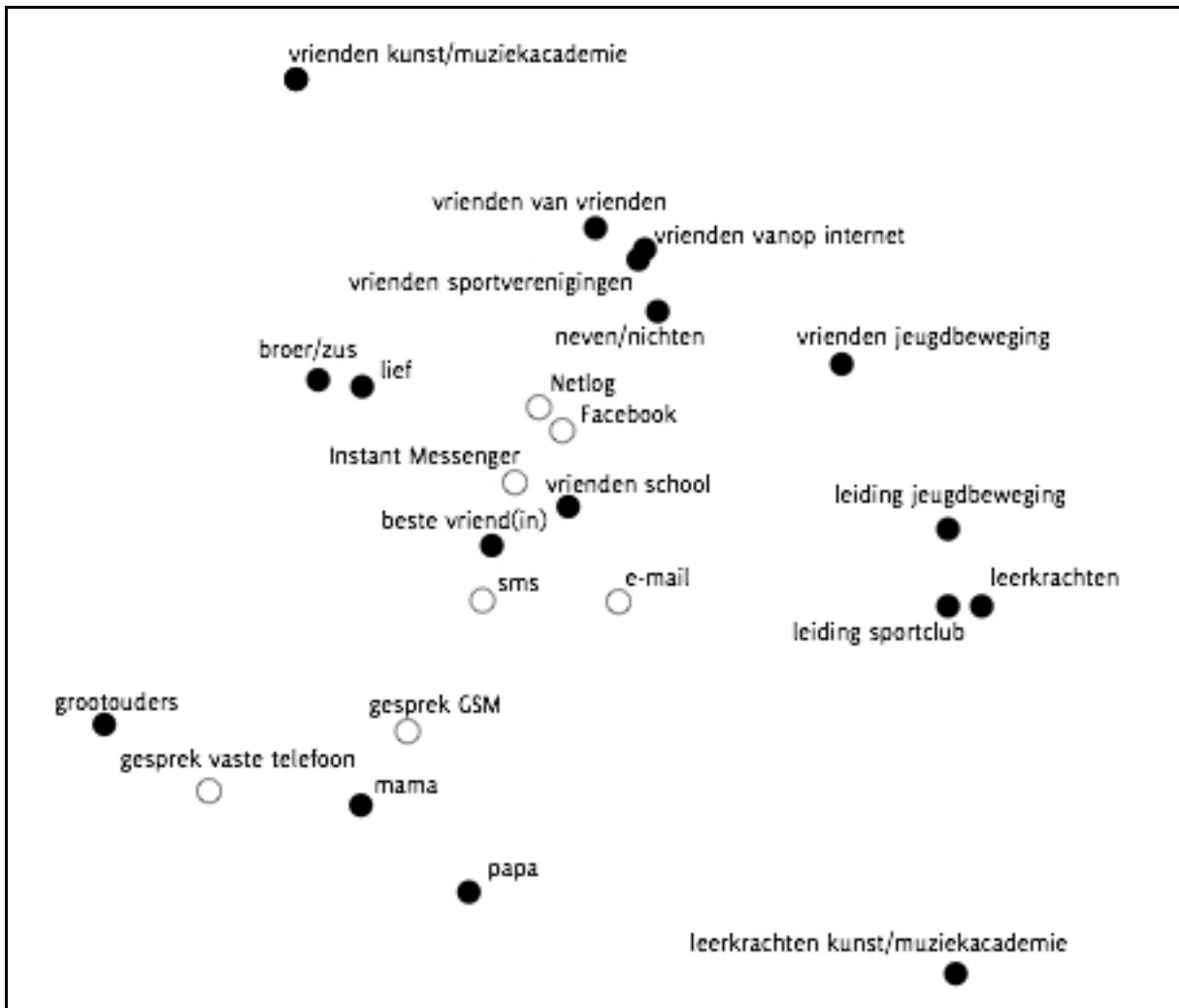
13. Met wie communiceren jongeren via ICT?

Doorheen dit rapport hebben we verschillende communicatietechnologieën onder de loep genomen. Er blijft echter een cruciale vraag onbeantwoord, namelijk: **met wie communiceert men?** In de vragenlijst vulden jongeren een matrix in waarbij ze aangaven of de communicatietechnologie in kwestie de afgelopen week gebruikt was om **contact te hebben met een ruime waaier aan personen**. In totaal leverde dit 119 mogelijke combinaties op¹⁶. Vervolgens werden de antwoorden samengevoegd voor de gehele steekproef.

Op basis van de data maakten we onderstaande afbeelding¹⁷ (Afbeelding 20). Je interpreteert ze als volgt: vertrek steeds vanuit een medium (een wit bolletje). Hoe korter de afstand naar een persoon (een zwart bolletje), hoe hoger het percentage jongeren dat de afgelopen week het medium heeft gebruikt om met de persoon (of personen) in kwestie te communiceren.

¹⁶ 7 communicatietechnologieën x 17 personen.

¹⁷ Multidimensional scaling (PREFSCAL). De ruwe datamatrix is opgenomen als bijlage.



Afbeelding 20: Communicatiepatronen voor de gehele steekproef (afstanden tussen persoontypes en communicatietechnologieën duiden de frequentie in de steekproef aan)

De meeste jongeren gebruiken de telefoon, zowel vast als gsm, om contact te hebben met (groot)ouders. 20% van de jongeren had de afgelopen week een telefoongesprek met oma/opa. 44% had de afgelopen week een gsm-gesprek met mama, terwijl 37% met papa telefoneerde. Naast de communicatie met mama (44%), papa (34%), broer/zus (36%) en een lief (32%), is sms is het het populairst om contact te houden met de beste vriend(in) (68%) en vrienden van op school (66%). Instant messaging vervult eenzelfde taak (beiden 49%), net zoals sociale netwerksites (30-33%).

Conclusies

Mobiel, Multimediaal & Multitaskend: de MMM-generatie wordt groot.

De Multimediageneratie

Bijna alle jongeren hebben een tv (99%) en een computer (97%) met internet (94%) thuis. In bijna 90% van de huizen vind je ook een gametoestel. Daarnaast hebben jongeren ook steeds een arsenaal aan multimedia op de eigen kamer (tv: 46%, computer 43%) en kunnen jongeren ook daar online (62%), zonder controle van de ouders. De computer vinden jongeren heel belangrijk in hun leven, zowel voor school als voor vrije tijd.

Mobieler dan ooit

Jongeren worden steeds mobieler. 97% bezit een gsm, 85% heeft een mp3-speler. Bovendien blijken ook mobiele gametoestellen als PSP en Nintendo DS razend populair. 13% van de jongeren heeft bovendien een data-abonnement om via hun gsm te internetten.

Jongeren hebben gemiddeld een gsm vanaf 11 jaar en die gebruiken ze heus niet meer alleen om te bellen en sms'en. Het is een heus multimediatoestel geworden: radio luisteren, foto's nemen, als wekker gebruiken,...

Nog opvallend: op maandbasis voeren jongeren nog geen 40 gesprekjes, maar ze sturen gemiddeld wel 1176 sms'en in diezelfde periode!

Favorietjes?

De computer wordt vooral gebruikt om muziek te beluisteren (86%), te chatten (83%), video's te bekijken (77%), informatie te zoeken (75%), te mailen (74%) en huiswerk te maken (61%). Een mooie mix tussen (school)werk en ontspanning dus.

Youtube, Netlog en Facebook zijn de favoriete websites van jongeren. Ook elektronische leerplatformen, informatiesites (Sporza, HLN, Wikipedia ...), webmail accounts (Hotmail, Gmail, ...) en spelletjes-sites (spele.nl, Speeleiland,...) zijn populair.

Netlog blijkt met voorsprong de populairste sociale netwerksite (74%), gevolgd door Facebook (67%). Opvallend: bijna 30% van de jongeren heeft zowel een Netlog als een Facebook-profiel. Beide sites zijn enorm gestegen in populariteit de afgelopen 2 jaar. MySpace blijft ongeveer status quo (17%).

De meeste jongeren gebruiken sociale netwerksites foto's te bekijken en te uploaden, om op de hoogte te blijven van wat vrienden doen, om te communiceren (via instant en private messaging) of om zogenaamde 'social' games (cfr. Farmville, Maffia Wars) te spelen. 62% van de jongeren logt dagelijks in op zijn profiel.

No rules!

Zowel voor tv, gsm, als computergebruik worden thuis opvallend weinig regels gemaakt. Over het spelen van games bestaan meer regels. Als er al regels zijn, staan die meestal in verband met schoolwerk.

Opvallend: jongeren met een mediarijke slaapkamer moeten een pak minder vaak rekening houden met regels.

Consumenten in plaats van produceren

Zelf in web 2.0 tijden blijft het mediagedrag van jongeren vaak éénrichtingsverkeer. Jongeren bekijken veel content, maar gaan relatief weinig zelf iets toevoegen of commentariëren. 60 % laadt nooit muziek of video's op. 59% blogt nooit, 54% doet niet mee aan online fora.

Content consumeren is wel wijdverspreid: op weekbasis scoren muziek beluisteren (76%), filmpjes (70%) of foto's (70%) bekijken heel hoog.

Do you wanna be my friend? Confirm or ignore.

Jongeren gaan vrij bewust om met de persoonlijke informatie die ze online plaatsen. Gegevens zoals voornaam (75%), geboortedatum (68%), hobby's (56%), relatiestatus (54%) worden vaak op de profielpagina gezet. Met meer gevoelige informatie zoals e-mail (24%), thuisadres (8%) en gsm-nummer (4%) zijn ze veel voorzichtiger.

In het algemeen rapporteren de jongeren zelden negatieve of onaangename ervaringen met (interactie op) sociale netwerksites. 61% van de jongeren in de steekproef maakte bovendien al nieuwe vrienden via het internet. 32% van de jongeren sprak al eens af met iemand die men leerde kennen via het internet. De overgrote meerderheid heeft hier overwegend goede herinneringen aan (86%).

Met wie?

Elke generatie heeft zijn communicatiemiddel. Jongeren gebruiken de gsm en de vaste telefoon om vooral met ouders en grootouders te communiceren. Sms en Instant Messaging is populairst onder (school)vrienden. Mail neemt af in populariteit, maar is wel het eerste communicatiemiddel naar school, sportclub en jeugdbeweging toe.

Multitaskers

Op een doordeweekse dag 2,5u TV kijken, 1,5u gamen, 2,5u het internet gebruiken, 46 sms'jes versturen, etc. En toch hebben jongeren nog tijd voor jeugdbeweging, sportclub en muziekacademie? Dat kan alleen maar door te multitasken: gelijktijdig surfen en muziek beluisteren, tv-kijken en internetten, tussendoor sms'jes versturen.

Aanbevelingen

Be real

Nieuwe media zijn niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Bijna iedereen heeft een computer, internet, gsm en game-toestel. Ze gaan er multimediaal multitaskend mee om. Het heeft dus geen zin om deze tools te verketteren en te verbannen. Nieuwe media is er, en ouders, leerkrachten en jongerenbegeleiders leren er best zelf mee omgaan en ze creatief gebruiken in opvoeding, lessen of spelmomenten. Uiteraard. Verder geldt ook hier het devies: Goede vrienden maken goede afspraken. Ook over nieuwe media dus.

Don't panic

De gemiddelde jongere is nog lang geen beeldbuiszombie, mp3-doofstomme of gameverslaafde. Het internet zit heus niet vol met alleen maar virussen of oude mannen met nare bedoelingen. Hun privégegevens laten ze niet zomaar rondslingeren. Jongeren maken online vrienden, spreken er zelfs in het echt mee af en meestal zijn dit goede ervaringen. Niet panikereren dus.

Al te vaak worden nieuwsberichten, maar ook beleidsintenties en parlementaire vragen doorspekt met sensatiezucht en paniekaanvallen over alle mogelijke gevaren. We roepen de media en de beleidsmakers op tot een genuanceerde berichtgeving over jongeren en nieuwe media. Ook de positieve factoren en de ongeziene mogelijkheden die moderne technologieën bieden, mogen in de kijker gezet worden.

Media-educatie

Er is een overvloed aan tools en technologieën, maar jongeren maken zeker en vast niet van alles gebruik. Ze consumeren eerder dan content te produceren. En als ze consumeren, dan gebruiken ze maar een fractie van de mogelijkheden (bvb. vooral foto's uploaden bij sociale netwerksites). Er ligt dus zeker een weg vrij voor media-educatie.

Informatie opzoeken, selecteren en kritisch interpreteren of media strategisch inzetten in het dagelijkse leven: de 'digital natives' zijn helaas nog niet van alle markten thuis. Jongeren mogen dan wel vingervlug zijn op het internet of met hun gsm, media gebruiken maakt ook deel uit van een leerproces. Als jongerenbegeleiders is het onze taak om hen te 'leren googelen' of hen te leren Wikipedia kritisch te gebruiken.

Het beeld van de 'screenagers' die al multitaskend per gsm, laptop en iPod de constante informatiestroom het hoofd biedt, moet worden bijgesteld.

Aandacht voor offline jongeren

Verder mogen we de kleine groep 'offline jongeren' niet uit het oog verliezen. Als we een inclusieve maatschappij nastreven waarin alle jongeren kansen krijgen om hun leven op te bouwen, dan moeten we gepaste maatregelen treffen om zowel de digitale kloof van de eerste graad (*bezit, toegang*) als die van de tweede graad (*vaardigheden*) te overbruggen.

Bijlagen

Bijlage 1: Gaming

		Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Gehele steekproef	Sig.
computer: alleen (geen internet)	Ja, dagelijks	19%	14%	3%	13%	***
	Ja, wekelijks	16%	20%	5%	14%	
	Ja, maandelijks	13%	16%	7%	12%	
	Neen	52%	50%	86%	61%	
computer: alleen (op internet)	Ja, dagelijks	42%	37%	8%	31%	***
	Ja, wekelijks	25%	30%	12%	22%	
	Ja, maandelijks	15%	16%	9%	13%	
	Neen	19%	17%	71%	34%	
computer: tegen anderen (op internet)	Ja, dagelijks	33%	23%	5%	21%	***
	Ja, wekelijks	16%	16%	3%	12%	
	Ja, maandelijks	12%	12%	3%	9%	
	Neen	39%	49%	89%	57%	
computer: tegen anderen (geen internet)	Ja, dagelijks	11%	8%	2%	7%	***
	Ja, wekelijks	7%	7%	2%	5%	
	Ja, maandelijks	7%	10%	3%	7%	
	Neen	75%	76%	94%	81%	

		Mediarijke slaapkamer	Mediarijke omgeving	Relatief beperkt mediabezit	Gehele steekproef	Sig.
Gameconsole: alleen (geen internet)	Ja, dagelijks	<u>29%</u>	16%	1%	17%	***
	Ja, wekelijks	25%	27%	4%	20%	
	Ja, maandelijks	17%	21%	4%	15%	
	Neen	<u>29%</u>	<u>36%</u>	<u>91%</u>	<u>49%</u>	
Gameconsole: alleen (internet)	Ja, dagelijks	19%	11%	1%	11%	***
	Ja, wekelijks	15%	11%	1%	10%	
	Ja, maandelijks	10%	6%	2%	6%	
	Neen	57%	71%	96%	73%	
Gameconsole: tegen anderen (geen internet)	Ja, dagelijks	15%	9%	1%	9%	***
	Ja, wekelijks	16%	16%	2%	12%	
	Ja, maandelijks	17%	20%	3%	14%	
	Neen	52%	56%	94%	66%	
Gameconsole: tegen anderen (internet)	Ja, dagelijks	19%	11%	1%	11%	***
	Ja, wekelijks	12%	8%	1%	7%	
	Ja, maandelijks	9%	6%	2%	6%	
	Neen	60%	75%	97%	75%	

+ = vraag werd enkel gesteld aan jongeren die hebben aangegeven minstens maandelijks te gamen.

Bijlage 2: ruwe datamatrix multidimensional scaling 'met wie wordt gecommuniceerd?'

Afgelopen week in %	E-mail	IM	Facebook	Netlog	sms	MMS	Gesprek vaste telefoon	Gesprek gsm
Mama	8,58	3,77	4,06	1,74	44,29	0,52	17,10	43,94
Papa	8,70	4,06	2,96	1,39	33,86	0,52	14,43	36,81
Broer/zus	7,77	13,10	11,13	6,90	36,23	1,10	6,78	21,45
Neven/nichten	8,70	20,52	13,57	12,64	28,41	0,81	4,23	10,72
Grootouders	4,46	1,91	1,57	1,57	10,43	0,99	20,23	13,33
Beste vriend	21,51	49,16	30,09	31,71	68,46	3,36	15,25	33,74
llef	8,35	21,33	11,59	15,48	32,23	3,59	9,39	22,49
Vrienden school	21,68	48,93	33,16	31,88	66,03	2,38	7,59	22,96
Vrienden sportclub	8,64	15,01	11,19	11,54	24,23	0,99	1,91	5,74
Vrienden jeugdbeweging	6,72	8,23	7,07	4,93	12,23	0,81	1,86	3,83
Vrienden kunstacademie	3,48	3,36	4,29	4,06	6,67	0,52	1,22	1,51
Vrienden van vrienden	5,62	19,19	18,20	18,26	19,65	1,10	1,22	3,77
Mensen die ik ken van het net	5,68	19,42	12,99	17,10	12,29	1,10	0,81	2,61
Leerkrachten	13,51	1,62	4,06	1,68	2,78	0,75	0,75	1,28
Leiding jeugdbeweging	7,19	3,48	5,33	2,43	7,30	0,52	1,45	2,55
Leiding sportclub	7,71	2,55	4,06	2,96	9,97	0,64	1,45	3,01
Leerkrachten kunstacademie	4,06	1,04	1,28	1,33	3,65	0,52	0,87	1,22