



# APESTAARTJAREN 2.0



JEUGD  
WERK  
NETBE

## --> ONDERZOEKS RAPPORT

[www.apestaartjaren.be](http://www.apestaartjaren.be)

# 1. VOORWOORD

Voor de tweede maal op rij slaan Graffiti Jeugddienst vzw en Jeugdwerknet vzw de handen in elkaar. De vorige editie van apestaartjaren in Gent (maart 2006) was een succes en we vonden de tijd rijp om twee jaar later nog eens een stand van zaken op te maken.

Via een aantal studenten werd de vorige keer het online onderzoek 'Kamedialeon' opgezet. Dit keer werd de lat hoger gelegd en gingen we voor een 'echt' onderzoek. De resultaten daarvan lees je op de volgende pagina's.

Het is niet evident een wetenschappelijk correct onderzoek te voeren – believe us, we know by now – maar we zijn blij dat we door een dergelijk onderzoek uit te voeren ons steentje kunnen bijdragen om de hedendaagse tendensen beter te begrijpen. Het feit dat we twee jeugdwerkorganisaties zijn en geen onderzoekscentra vinden we ook een meerwaarde. Onderzoek moet niet alleen aan de universiteiten gevoerd worden, onderzoek moet ook in de schoot van de werkingen gevoerd worden. Misschien is het dan iets minder academisch van aard – mea culpa – maar de betrokkenheid met en op de sector is zeker groter.

We bedanken iedereen die meegewerkt heeft aan dit onderzoek : eerst en vooral de scholen, hun directies en de deelnemende leerlingen, Helena, Griet en Evert die het merendeel van de gegevens in SPSS ingegeven hebben en het personeel van Graffiti Jeugddienst en Jeugdwerknet, Ariana en Kristof in het bijzonder.

We wensen iedereen veel leesplezier en we hopen dat dit kan bijdragen tot de verdere uitbouw van een beter jeugdbeleid in Vlaanderen.

En op naar **APESTAARTJAREN 3.0!**

Bart Vanhoenacker  
Coördinator Graffiti jeugddienst vzw

Dylan Peere  
Coördinator Jeugdwerknet vzw

## 2. INLEIDING

Vaak wordt er 'over' jongeren en nieuwe media gesproken. En meestal in extremen: ofwel bezorgd om de gevaren waar jongeren aan worden blootgesteld, ofwel euforisch over de mogelijkheden die nieuwe media bieden. We worden bij momenten overspoeld door berichtgevingen, opiniestukken en reportages over dit fenomeen.

Zeker met een nieuwe generatie internettoepassingen – gegroepeerd onder de noemer 'Web 2.0' – kan je er niet aan ontkomen. You love it or you hate it. Waar je vroeger een website louter kon raadplegen, kan je nu vaak reacties achterlaten, je eigen informatie, foto's of filmpjes posten,... Het internet is geëvolueerd naar een interactief platform. Een wereldwijde encyclopedie samenstellen met miljoenen gebruikers op Wikipedia, YouTube-filmpjes raten, artiesten die groot gemaakt worden door MySpace,... het is allemaal mogelijk op het Web 2.0. Door het belang dat aan interactiviteit en participatie wordt gehecht, spreekt men nu ook van 'sociale media'. Die bieden ook heel wat creatieve mogelijkheden. Met de toestellen die momenteel op de markt zijn – digitale camera's, gsm's waarmee je kan filmen,... - kan iedereen zijn eigen creatieve uitpattingen zonder al te veel moeite op het net gooien én reacties ontvangen van over de hele wereld. Toch vinden sommigen dit concept veleer een hype die niet zo gek veel verschilt van het 'oude' internet.

Met dit onderzoek willen Graffiti Jeugddienst vzw en Jeugdwerknet vzw een genuanceerde bijdrage leveren aan dit maatschappelijke debat. Wij positioneren ons noch aan de bezorgde, noch aan de euforische zijde van het continuüm. Waar het Web 2.0 kansen biedt voor jongeren, moeten die genomen worden. Waar er risico's schuilen, willen we jongeren begeleiden om zich er tegen te wapenen.

Vragen rond dit onderwerp zijn ontelbaar. Maar een keuze moet gemaakt worden. De focus van ons onderzoek ligt op hoe jongeren omgaan met verschillende nieuwe media in het algemeen en web 2.0-toepassingen in het bijzonder.

### ***Volgende vragen staan hierbij centraal:***

- > Welke media bezitten of gebruiken jongeren? En welke rol speelt zakgeld hierin?
- > We willen de vinger aan de pols houden en zicht krijgen op de trends wat nieuwe media betreft. Welke toepassingen zijn het populairst?
- > Wat is de relatie tussen nieuwe media-gebruik en deelname aan georganiseerd vrijetijdsaanbod? Gaat games spelen bijvoorbeeld ten koste van het lidmaatschap van een jeugdbeweging, sportactiviteiten,.. of worden beiden vlot gecombineerd?
- > Eén van de hoofdkenmerken van web 2.0 is de interactiviteit van de toepassingen. Er is m.a.w. tweerichtingsverkeer tussen de gebruiker en de provider. In welke mate nemen jongeren deze kans en zijn ze naast consument van nieuwe media ook producent op web 2.0?
- > Welke invloed heeft het nieuwe media-gebruik van jongeren op hun sociale relaties? Contact is een ander sleutelwoord op web 2.0. Maken jongeren nieuwe vrienden op het net of gebruiken ze het juist om hun real life contacten voort te zetten?

Het antwoord op deze vragen zal ons inzicht verschaffen in de betekenis die nieuwe media hebben voor jongeren. Is web 2.0 echt een hype, zoals vaak beweerd wordt? Moeten we euforisch zijn of doorprikken we best zo snel mogelijk deze luchtbel? We willen met andere woorden de zin of onzin van web 2.0-fenomeen aantonen. De vele mogelijkheden die erin besloten liggen, proberen we te toetsen op relevantie.

# 3. METHODOLOGIE

Ons onderzoek gaat over jongeren – een zeer ruime, niet altijd makkelijk te bereiken groep. We kozen ervoor om hen te bereiken via hun scholen. Het grootste deel van de jongeren loopt school, dus heb je vanzelf toegang tot een divers publiek. In het totaal bevroegen we 919 jongeren.

Om deze doelgroep enigszins af te bakenen, bevroegen we in ons onderzoek enkel leerlingen uit het 1e en het 6e middelbaar. Op die manier krijgen we een onderscheid tussen de zogenaamde ‘jonge jongeren’ en de ‘oudere jongeren’. Qua geografische spreiding hebben we ons gebied beperkt tot Oost-Vlaanderen. Dit gebied hebben we vervolgens opgesplitst in 4 deelgebieden, nl. het Centrum (Gent en omstreken), het Zuiden (Oudenaarde), het Meetjesland (Eeklo) en het Waasland (Sint-Niklaas en omstreken). Op die manier bevroegen we niet enkel leerlingen uit de stad, maar ook uit meer landelijke regio's. Vervolgens vonden we het belangrijk zowel leerlingen uit ASO, TSO en BSO te betrekken in ons onderzoek. We hebben geprobeerd om hen zoveel mogelijk te vertegenwoordigen op basis van hun verspreiding in de maatschappij.

	MAATSCHAPPIJ <sup>1</sup>	in %	ONDERZOEK	in %
1 A+T	62.669	87,50%	403	81,91%
1 B	8.920	12,50%	89	18,09%
<b>totaal 1<sup>e</sup></b>	<b>71.589</b>	<b>100%</b>	<b>492</b>	<b>100%</b>
6 ASO	24.665	41,50%	177	41,45%
6 TSO	20.518	34,50%	75	17,56%
6 BSO	14.100	24%	175	40,98%
<b>totaal 6<sup>e</sup></b>	<b>59.283</b>	<b>100%</b>	<b>427</b>	<b>100%</b>

We zien dus een lichte overrepresentatie van jongeren uit het 1e jaar BSO en een ondervertegenwoordiging van jongeren uit het 6e jaar TSO, ten voordele van jongeren uit hetzelfde jaar BSO.

*Opgedeeld volgens geslacht, leeftijd en opleidingstype zag onze onderzoekspopulatie er als volgt uit:*

GESLACHT			ASO	TSO	BSO	ORIËTERINGSJAREN	TOTAAL
meisjes	geboortejaar	1e jaar	138	54	64	16	272
		6e jaar	96	27	106	0	229
	<b>totaal</b>		<b>234</b>	<b>81</b>	<b>170</b>	<b>16</b>	<b>501</b>
jongens	geboortejaar	1e jaar	104	74	24	13	215
		6e jaar	79	42	68	0	189
	<b>totaal</b>		<b>183</b>	<b>116</b>	<b>92</b>	<b>13</b>	<b>404</b>

<sup>1</sup> Cijfers op basis van ministerie onderwijs. [www.ond.vlaanderen.be](http://www.ond.vlaanderen.be)

Om de jongeren hierover zelf aan het woord te laten, kozen we ervoor hen te bevragen door middel van een enquête te vinden op [apestaartjaren.be](http://apestaartjaren.be). Zo konden we veel gegevens verzamelen bij een grote groep jongeren en de antwoorden onderling vergelijken. Om praktische redenen hebben we besloten om – in tegenstelling tot het onderwerp van ons onderzoek – deze enquête niet online te organiseren. Om de belasting voor de deelnemende scholen zo klein mogelijk te houden, kozen we voor een enquête op papier. Het PC-lokaal van scholen is vaak drukbezet. Een enquête op papier liet ons bovendien toe grote groepen tegelijkertijd te bevragen.

**De enquête werd opgedeeld in volgende onderdelen:**

1. Persoonlijke gegevens: leeftijd, geslacht en opleidingstype
2. Zakgeld
3. Bezit en aankoop tv
4. Bezit, aankoop en uitgaven gsm
5. Bezit en aankoop gameconsole & spelen van on-line (netwerk)games
6. Bezit en aankoop computer & internetaansluiting
7. Via internet gebruik ik...: peilen naar het gebruik en populariteit van verschillende mediatoepassingen (MSN, Facebook, You Tube, informatiesites,...)
8. Sociale relaties: met wie mailen, chatten, ... de respondenten & (hoe) maken ze nieuwe vrienden via het net
9. Tijdsverdeling over de verschillende media & vrije tijd
10. Leverancier: zijn de jongeren producent op het Web 2.0?
11. Jouw computergebruik: regels, gesprekken met ouders hierover en perceptie van het eigen computergebruik
12. Voorleggen van 12 stellingen omtrent jongeren en nieuwe media

## 4. GEGEVENS

### 4.1. BEZIT NIEUWE MEDIA

#### 4.1.1. ZAKGELD

Spenderen jongeren een fortuin aan sms'jes? En gaat al hun zakgeld op aan hun nieuwe computer? In het onderzoek wilden we niet alleen nagaan welke media de bevroegde jongeren bezitten, maar we wilden ook nagaan of zakgeld een rol speelt in het bezit van nieuwe media.

Uit onze enquête bleek dat bijna 8 op 10 van de bevroegde jongeren (79,5%) zakgeld krijgen. Voor 62,2% bedraagt het bedrag dat ze wekelijks krijgen evenwel minder dan 10 euro, 39,4% krijgt zelfs minder dan 5 euro in de week. Toch zijn er ook een heel pak jongeren (16,6%) die elke week meer dan 20 euro krijgen.

#### 4.1.2. TV

De tv is bijna overal in Vlaanderen een vast onderdeel van het huishouden. Slechts 4 van de ondervraagde respondenten (0,4%) geven te kennen dat ze geen tv hebben thuis. Maar liefst 39% van de jongeren heeft een eigen tv op zijn of haar kamer. 22,3% daarvan heeft die bovendien zelf betaald (wat neerkomt op bijna 9% van alle ondervraagde jongeren).

Jongens (43,2%) hebben vaker een eigen tv dan meisjes (35,8%). Een meerderheid (63,1%) van de jongens betaalt die ook zelf. Bij meisjes is dit slechts 36,9%. Hoe ouder ze zijn, hoe vaker ze ook een eigen tv op hun kamer hebben: bijna de helft van alle zesdejaars (45,7%) heeft een tv op zijn of haar kamer. Bij eerstejaars is dit maar 1 op 3. Leerlingen uit het 6e jaar betalen bovendien vaker voor hun tv dan leerlingen uit het 1e jaar.

Op het vlak van opleiding zijn er weinig verschillen te merken. Het enige wat we kunnen vaststellen is dat een groter aandeel van de BSO- en TSO-studenten een televisie op zijn/haar kamer heeft in vergelijking met ASO-studenten.

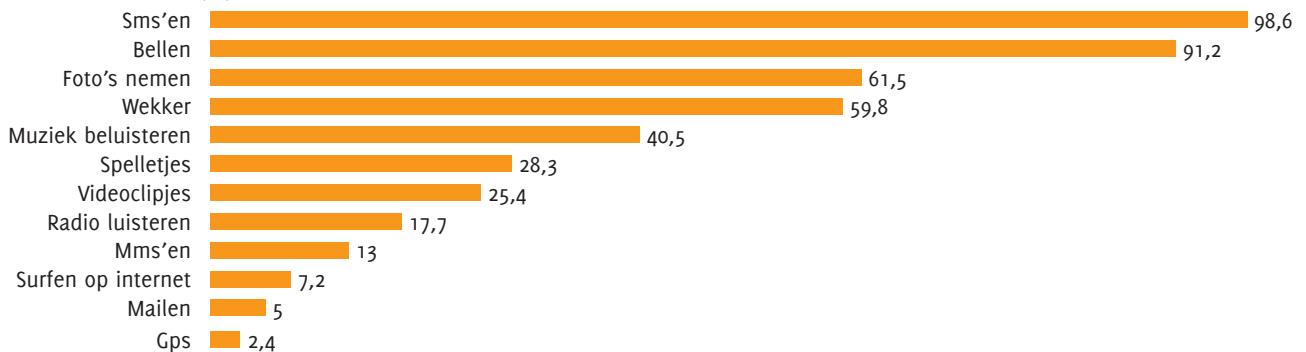
#### 4.1.3. GSM

93,3% van de bevroegde jongeren heeft een gsm. De helft daarvan heeft die ook zelf gekocht. 1 op 4 jongeren betaalt zijn gsm-kosten altijd zelf. 1 op 3 draait evenwel nooit zelf op voor zijn gsm-kosten! 22,5% van de bevroegde jongeren betaalt zijn gsm-kosten via een abonnement.

Een gsm kan tegenwoordig veel meer dan enkel bellen en sms'en. Wij gingen na hoe multifunctioneel jongeren hun gsm gebruiken. Daaruit bleek dat de helft van de bevroegde jongeren zijn gsm gebruikt voor 4 of meer functies, 1 op 4 gebruikt meer dan 5 functies.

De meest gebruikte functies zijn logischerwijs bellen (91,2%) en sms'en (98,6%). Toch gebruikt ook meer dan de helft van de jongeren met een gsm hun mobieltje als fototoestel (61,5%) en als wekker (59,8%). De gsm kan bovendien ook wedijveren met een MP3-speler: 40,5% beluistert muziek via zijn toestel. 17,7% luistert ermee naar de radio. Opmerkelijk: slechts 28% speelt spelletjes op de gsm. Internetten met je gsm (wappen) werd enkele jaren geleden nog de hemel in geprezen als een van dé internettoepassingen van de toekomst, maar uit ons onderzoek blijkt dat die internettoepassingen op de gsm bij jongeren nauwelijks worden gebruikt: slechts 7,2% surft met de gsm op internet, 5% mailt, 2,4% gebruikt hem als GPS.

#### GSM FUNCTIES (%)



Er zijn geen significante verschillen op te merken in het aantal functies dat jongeren gebruiken op het vlak van geslacht en leeftijd. We kunnen enkel vaststellen dat jongeren uit het ASO beduidend minder gsm-functies gebruiken in vergelijking met hun collega's uit het TSO en BSO.

Andere opmerkelijke vaststellingen: jongens luisteren opvallend vaker naar muziek (46,1% vs. 36,1%), spelen meer spelletjes (33,8% vs. 24,1%) en kijken meer naar videoclips (30,1% vs. 21,4%) met hun gsm dan meisjes. Meisjes nemen dan weer vaker foto's (66,2% vs. 55,8%).

Dezelfde toepassingen zorgen ook voor verschillen tussen leerlingen uit het 1e en 6e jaar. Eerstejaars spelen vaker spelletjes (41,1% vs. 14,3%), beluisteren vaker muziek (48,3% vs. 32,4%) en bekijken meer videoclipjes (33,4% vs. 16,7%). Leerlingen uit het 6e jaar scoren maar één keer heel wat hoger dan eerstejaars, namelijk bij de wekker-functie (66,4% vs. 53,3%).

#### 4.1.4. GAMES

Games zijn populairder dan ooit. Maar liefst 71,9% van de bevroegde jongeren bezit een toestel om te gamen. Meer dan 35% daarvan bezit er zelfs meer dan één. De populairste zijn Playstation2 (42,7%), Gameboy (36,2%), Playstation1 (19,7%), Nintendo DS (18,3%) en PSP (16,6%).

Het geslacht speelt duidelijk een rol: maar liefst 87,1% van de jongens bezitten een gametoestel, tegenover 59,3% van de meisjes. Eerstejaars (78,9%) hebben bovendien vaker een gameconsole dan zesdejaars (63,5%). Verder valt op dat er een groter percentage TSO-leerlingen (82,2%), en in mindere mate ook BSO-leerlingen (73,5%) in het bezit is van een console in vergelijking met ASO-leerlingen (65,2%).

60,2% van de bevroegde jongeren speelt bovendien games op het internet. Gamen is zeker geen asociale bezigheid: maar liefst 40,2% van de respondenten neemt deel aan online netwerkgames (zoals het populaire World of Warcraft, waarin je het opneemt tegen spelers van over de hele wereld). In hoofdstuk 6, §2 zal blijken dat jongeren heel vaak nieuwe contacten leggen en vrienden maken via deze netwerkgames.

Opnieuw zijn het vooral jongens (69,6%) die hier het voortouw nemen, al geeft ook nog altijd meer dan de helft van de meisjes (52,6%) aan online games te spelen. Als het echt over netwerkgames op internet gaat, blijkt dat 59,3% van de jongens eraan deelneemt, tegenover 40,7% van de meisjes.

#### 4.1.5. COMPUTER

Bij niet minder dan 97,8% van de bevraagde jongeren heeft het gezin thuis een computer. Bij 63,2% van de respondenten wordt deze computer gebruikt door het hele gezin. In 36,8% van de gevallen wordt die computer enkel door de respondent zelf gebruikt.

41,8% van de jongeren heeft een computer op zijn kamer, en 29,7% daarvan heeft daar ook zelf voor betaald. In 89,9% van de gevallen bestempelen de jongeren de computer die ze thuis gebruiken als 'snel en krachtig genoeg'.

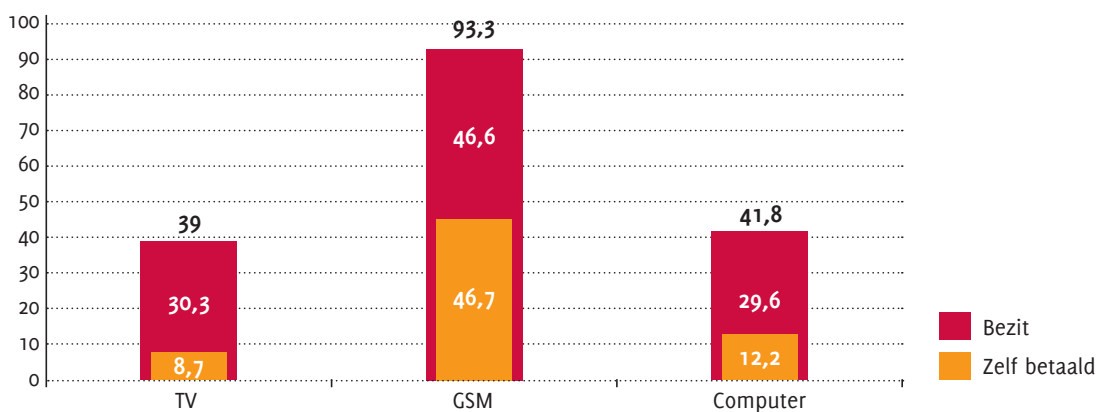
Jongens (40,7%) hebben vaker een eigen computer dan meisjes (33,8%) en betalen die ook vaker zelf (40,7% jongens tegenover 21,2% meisjes). Zesdejaars (48,5%) hebben ook vaker een eigen computer dan eerstejaars (26,6%), wellicht omdat ze die frequenter moeten gebruiken voor school. 40,8% van de zesdejaars heeft zelf voor deze PC betaald, terwijl slechts 16,6% van de eerstejaars zelf voor hun PC betaald heeft.

Op het vlak van opleiding blijken BSO-leerlingen (43,5%) vaker een computer voor zichzelf te hebben dan TSO (38,5%) en ASO-leerlingen (33,3%). Bij ongeveer 1 op 2 leerlingen uit het BSO (50%) en TSO (46,2%) staat er een computer op hun kamer. In het ASO is dat maar 35,8%. Opleiding bepaalt niet of jongeren hun computer zelf betalen of niet.

#### 4.1.6. LINK ZAKGELD – NIEUWE MEDIA

Zoals we hierboven al aangaven, heeft 39% van de jongeren een eigen tv, waarvan bijna 1 op 4 die ook zelf gekocht heeft. 93,3% heeft een gsm, van wie de helft die ook zelf betaald heeft. 41,8% heeft een eigen computer, die door iets meer dan een kwart zelf gekocht en betaald werd.

#### BEZIT VAN MEDIA (%)



Welke invloed heeft zakgeld dan op het bezit van nieuwe media? We gingen na of jongeren die meer zakgeld krijgen, vaker een eigen gsm, tv of computer kopen. Als we de cijfers op een rijtje zetten, stellen we vast dat er meer kans is dat jongeren hun gsm zelf kopen, naarmate ze meer zakgeld krijgen. De hoeveelheid zakgeld zegt evenwel niets over het feit of ze hun tv of pc zelf gekocht hebben.

## 4.2. TRENDS

### 4.2.1. TIJDSBESTEDING

In ons onderzoek wilden we te weten komen hoeveel tijd jongeren per week spenderen aan de verschillende vormen van nieuwe media. We gaan ook na hoe actief ze daarnaast nog zijn in een sportclub of jeugdbeweging en hoe vaak ze uitgaan met vrienden. In hoofdstuk 6: Sociale relaties gaan we dieper in op de invloed van het georganiseerd vrijetijdsaanbod op het gebruik van nieuwe media.

Als we kijken naar het aantal minuten dat jongeren gemiddeld<sup>2</sup> gebruik maken van een bepaald medium in de week, blijkt dat tv kijken (12u49) en surfen op internet (10u28) de absolute koplopers zijn. Daarna volgen gamen (3u57), computeren zonder internet (2u26), sms'en (3u37), bellen met de gsm (1u49) en met de vaste lijn (1u).

<sup>2</sup> Dit gemiddelde werd berekend op alle jongeren die aan de steekproef deelnamen.

Meisjes sms'en (4u11 vs. 2u56) en bellen (3u48 vs. 1u52) meer dan jongens, terwijl jongens meer op hun computer (zonder internet) bezig zijn (3u50 vs 1u24) en games spelen (7u06 vs. 1u22).

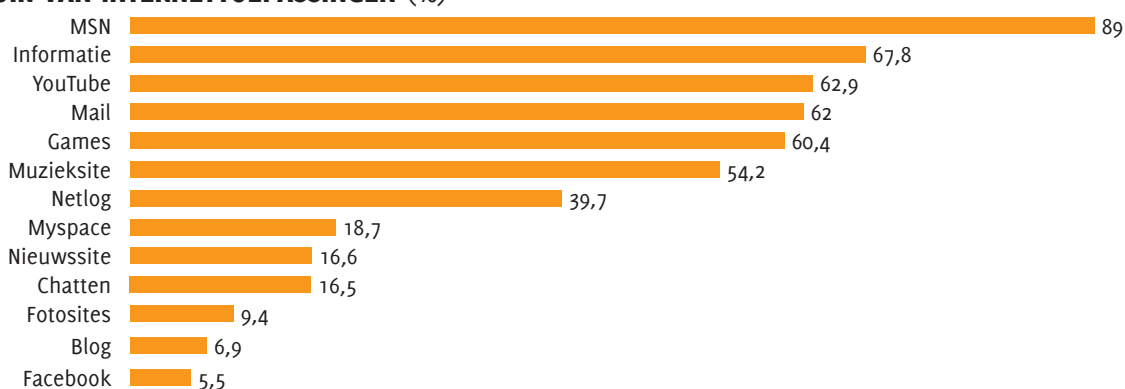
Wat de factor opleidingstype betreft, blijken leerlingen uit het BSO meer tijd te besteden aan media dan leerlingen van het TSO en ASO. De verschillen zitten vooral in het gebruik van sms, gsm en internet.

	ASO	TSO	BSO
SMS	2u12	3u03	6u44
gsm	0u53	1u33	2u45
Internet	8u14	11u33	13u30

#### 4.2.2. GEBRUIK VAN INTERNET

97,5% van de respondenten die in het bezit zijn van een computer, beschikken ook over een internetaansluiting. Voor dit medium peilden we in detail bij de bevroegde jongeren wat ze op internet precies doen, en hoeveel tijd ze hieraan besteden. Voor internet gaan we ook na hoeveel tijd er aan elke internettoepassing gespenseerd wordt.

#### GEBRUIK VAN INTERNETTOEPASSINGEN (%)



Het instant messaging programma MSN is de absolute koploper. Maar liefst 89% van de respondenten maakt er gebruik van. Daarna volgen informatie opzoeken (67,8%), YouTube (62,9%), mail (62%), games (60,4%) en muzieksites (54,2%). In het secundair onderwijs blijkt Netlog (39,7%) duidelijk de populairste profielsite te zijn. Daarna volgen MySpace (18,7%) en Facebook (5,5%). 6,9% van de bevroegde jongeren geeft aan met blogs bezig te zijn.

Als we kijken naar de gemiddelde tijd die jongeren<sup>3</sup> aan deze internettoepassingen besteden, krijgen we het volgende resultaat:

MSN	7u54
Games	4u39
Netlog	4u13
Muzieksites	3u33
Chatten	2u58
YouTube	2u58
Informatie opzoeken	2u29
Facebook	1u48
Blog	1u46
Nieuwssite	1u36
Mail	1u35
MySpace	1u33
Fotosites	1u19

<sup>3</sup> Enkel berekend op het aantal jongeren dat aangaf die specifieke internettoepassing te gebruiken. Jongeren die de toepassing niet gebruiken, werden niet in de gemiddelde tijd meegerekend.

Wat hierin vooral opvalt, is dat sommige internettoepassingen die vaak gebruikt worden, niet noodzakelijk ook lang gebruikt worden. 67,8% van de ondervraagden zoekt informatie op, maar slechts 2u29 per week. Ook mailen wordt door 62% van de ondervraagden gedaan, maar slechts 1u35 per week. Anderzijds blijken chatters en gebruikers van Netlog dan weer meestal heavy users te zijn: slechts 16,5% zit op chatsites, maar doet dit wel gemiddeld 2u58 per week. Netlog wordt door 39,7% gebruikt, maar wel gemiddeld 4u13 in de week.

Er zijn weinig verschillen tussen jongens en meisjes. Deze cijfers bevestigen dat games meer door jongens (6u14) dan door meisjes (2u30) gespeeld worden. Meisjes besteden dan weer meer tijd aan muzieksites (4u09 vs. 2u47).

Wanneer we het opleidingstype in rekening brengen, doen we enkele opmerkelijke vaststellingen: jongeren uit het BSO besteden meer tijd aan profielsites (MySpace en Netlog) en YouTube dan TSO-leerlingen, die op hun beurt ook weer meer tijd daaraan spenderen dan ASO-leerlingen. Daarnaast besteden BSO-leerlingen ook meer tijd aan informatie opzoeken op internet dan in het TSO en ASO.

	ASO	TSO	BSO
MySpace	0u43	1u35	2u54
Netlog	2u19	4u05	6u14
YouTube	1u51	2u58	5u05
Informatie opzoeken	1u58	2u21	3u55

### 4.3. GEORGANISEERDE VRIJETIJSBESTEDING

We polsten ook naar vrijetijdsbesteding die niets met nieuwe media te maken heeft. Hoeveel tijd besteden jongeren aan sport, jeugdbeweging, en uitgaan met vrienden, naast hun tv, computer en andere media? In hoofdstuk 6: sociale relaties gaan we bovendien na of die vrijetijdsbesteding invloed heeft op de mate waarin ze bezig zijn met nieuwe media.

	SPORTCLUB	JEUGDBEWEGING	UITGAAN MET VRIENDEN
jongens	58,4%	20,6%	75,6%
meisjes	45,2%	25,9%	73,9%
1e jaar	55,3%	28,8%	62,3%
6e jaar	46,0%	17,2%	89,3%
ASO	65,9%	31,0%	71,1%
TSO	49,7%	22,4%	77,0%
BSO	30,2%	13,8%	78,5%
oriënteringsjaren	22,2%	7,7%	79,2%
<b>totaal</b>	<b>51,0%</b>	<b>23,6%</b>	<b>74,7%</b>

Uit de statistieken blijkt dat ongeveer de helft van de bevraagde jongeren in een sportclub zit (51,0%), en bijna 1 op 4 actief is bij de jeugdbeweging (23,6%). Driekwart van de jongeren (74,7%) besteedt ook tijd aan uitgaan met vrienden.

Als we de georganiseerde vrijetijdsbesteding bekijken, uitgedrukt in uren en minuten, dan kunnen we daaruit afleiden dat jongeren gemiddeld 2u30 sporten en 1u bij de jeugdbeweging actief zijn. Uitgaan met vrienden neemt gemiddeld 7u per week in beslag.

Jongens zijn vaker actief bij een sportclub (58,4%) dan meisjes (45,2). Meisjes (25,9%) tref je dan weer vaker aan in jeugdbewegingen dan jongens (20,6%). Beiden gaan ongeveer even vaak uit met vrienden.

Zoals te verwachten was, dalen de activiteiten in de sportclub en jeugdbeweging naarmate jongeren ouder worden. Zo zijn er bijvoorbeeld maar 17,2% van de zesdejaars lid van een jeugdbeweging. Bij eerstejaars is dat nog 28,8%. Zesdejaars (46,0 %) doen ook minder vaak actief in een sportclub dan eerstejaars (55,3%). De vrijgekomen tijd gaat duidelijk naar uitgaan met vrienden: 89,3% van de zesdejaars gaat regelmatig weg, tegenover 62,3% van de eerstejaars.

ASO-leerlingen zijn het actiefst. Ze zijn vaker lid van een sportclub (65,9%) en de jeugdbeweging (31%) dan leerlingen uit het TSO (resp. 49,7% en 22,4%), die op hun beurt weer een pak actiever zijn dan leerlingen uit het BSO (30,2% en 13,8%). De oriënteringsjaren laten we hier even buiten beschouwing, aangezien het maar om gemiddeld 25 leerlingen gaat. ASO-leerlingen (79,2%) gaan wel vaker weg dan leerlingen uit het TSO (77,0%) en ASO (71,1%), maar de verschillen zijn heel wat kleiner dan bij de sportclub of de jeugdbeweging.

## 4.4. PERCEPTIE COMPUTERGEBRUIK

### 4.4.1. OUDERS & INTERNETGEDRAG

Hebben ouders controle over wat hun zoon of dochter op het internet uitspookt? Van de bevroegde jongeren geeft 32,8% aan dat de ouders soms vragen naar hun internetgedrag. Bij leerlingen uit het 1e middelbaar (39,3%) is dit vaker het geval dan bij zesdejaars (25,6%). Verder merken we ook een verschil op tussen ASO-leerlingen (40,0%) in vergelijking met TSO- (26,3 %) en BSO-leerlingen (27,5 %).

Toch zijn het niet alleen de ouders die het initiatief nemen om over het internetgedrag van hun kinderen te praten. Ongeveer even veel jongeren (32,6%) geeft aan soms op eigen initiatief een gesprek met de ouders aan te knopen over hoe ze met internet omgaan. Verschillen zijn er vooral tussen beide geslachten: van de meisjes begint 37,7% soms zelf een gesprek aan met de ouders over hun internetgedrag, terwijl dit bij slechts 25,9% van de jongens het geval is.

### 4.4.2. REGELS & AFSPRAKEN

Goede afspraken maken goede vrienden. Ook op het vlak van nieuwe media. Mogen jongeren tot een gat in de nacht gamen? We vroegen aan de jongeren of er bij hen thuis regels bestaan in verband met het gebruik van internet, computer en gsm.

#### INTERNET

Bij 48,5% van de bevroegde jongeren blijken er thuis regels te zijn rond het internetgebruik. Leeftijd is duidelijk de bepalende factor. Bij 65% van de eerstejaars worden er afspraken gemaakt, waar dit maar bij 29,5% van de zesdejaars het geval is. Verder blijken er vaker afspraken gemaakt te worden bij meisjes (52,0%) dan bij jongens (44,1%). Ook het opleidingstype speelt een belangrijke rol. In het ASO maakt 56,1% van de leerlingen afspraken, in het TSO 46,7% en in het BSO slechts 35,2%.

Meestal gaat het over afspraken over hoe lang de jongeren op internet mogen: 'maximum een uur per dag', of 'enkel in het weekend'. De ouders maken ook duidelijk dat schoolwerk voor gaat, en dat broers of zussen die internet nodig hebben voor school, voorrang krijgen. Verder wordt er ook vaak afgesproken dat er niet te veel en ook geen onveilige bestanden mogen gedownload worden, en dat er niet naar betalende en/of pornosites gesurft mag worden.

#### COMPUTER

Op het vlak van computergebruik ligt dat percentage een pak lager: 20,5 % van de bevroegde jongeren geeft aan dat er thuis regels zijn in verband met het gebruik van de computer. Hier zijn de verschillen tussen eerstejaars (23,6 %) en zesdejaars (17,2 %) veel kleiner dan op het vlak van internet. Er zijn geen verschillen tussen jongens en meisjes, maar wel op het vlak van opleidingstype: net als bij internet maken ASO-leerlingen (28,0%) vaker afspraken met hun ouders dan TSO- (14,7%) en BSO-leerlingen (12,6%)

De meeste afspraken draaien erom dat de jongeren niet te lang en niet te laat op de computer mogen zitten. Ook duidelijke afspraken over wie wanneer de computer mag gebruiken, komt een paar keer voor tussen de antwoorden. Een paar respondenten geven ook aan dat ze eerst moeten vragen of ze op de computer mogen.

#### GSM

34,6% van de respondenten geeft aan dat er bij hem/haar thuis regels zijn in verband met het gebruik van de gsm. Opnieuw zijn er meer meisjes (38,6%) dan jongens (29,2%) die aangeven dat er afspraken gemaakt worden. Eerstejaars (47,5%) scoren ook weer een pak hoger dan zesdejaars (21,7%). Op het vlak van opleiding is het verschil opnieuw het grootst tussen ASO (39,0%) en BSO (28,0%). Leerlingen uit het TSO zitten daartussen (31,1%).

De meeste afspraken worden gemaakt over het belkrediet. Veel jongeren bij wie de kosten door de ouders betaald worden, moeten zelf opdraaien voor de kosten zodra ze een vooraf afgesproken bedrag overschrijden. Ook wordt er vaak afgesproken dat er niet gesms't of gebeld mag worden tijdens het eten en dat de gsm 's avonds en 's nachts uitgeschakeld moet worden.

Overzicht per geslacht, leeftijd en opleiding:

	INTERNET	COMPUTER	GSM
jongens	44,1%	20,5%	29,2%
meisjes	52%	20,5%	38,6%
1e jaar	65%	23,6%	47,5%
6e jaar	29,5%	17,2%	21,7%
ASO	56,1%	28%	39%
TSO	46,7%	14,7%	28%
BSO	35,2%	12,6%	31,1%

#### 4.4.3. PERCEPTIE VAN EIGEN COMPUTERGEBRUIK

Wat vinden jongeren zelf van de tijd die ze aan de computer spenderen? 73% van de bevroegde leerlingen geeft aan dat ze voldoende aan de computer zitten. 13,1% geeft aan dat ze minder aan de computer zouden willen zitten, terwijl 13,6% aangeeft dat ze meer aan de computer zouden willen zitten.

Er zijn geen verschillen te merken tussen jongens en meisjes, en ook het opleidingstype blijkt geen rol te spelen. Er zijn wel kleine verschillen op te merken tussen leerlingen in het 1e en het 6e jaar. Leerlingen uit het 1e jaar vs. leerlingen uit het 6de jaar. Een groter percentage van de eerstejaars (21,3 %) geeft aan dat ze meer aan de computer zouden moeten zitten in vergelijking met de zesdejaars (5,1 %). Meer zesdejaars (81,7 %) vinden dat ze voldoende aan de computer zitten in vergelijking met het percentage van de eerstejaars (65,6 %). Er is geen verschil in het percentage leerlingen van beide leerjaren dat aangeeft dat ze minder aan de computer zouden willen zitten (voor beide leerjaren is dit +/- 13 %).

## 4.5. CONSUMENT – PRODUCENT

Web 2.0 mag dan wel allemaal draaien rond 'user-generated content', uit ons onderzoek blijkt dat de doorsnee jongere maar in heel beperkte mate zelf dingen toevoegt aan het internet. YouTube blijkt het populairst te zijn. 21,9% zegt dingen op YouTube te posten. Het gaat niet alleen om commentaar op bestaande filmpjes. Een meerderheid geeft ook aan dat ze zelf filmpjes posten op het net. Niet alleen filmpjes die ze zelf maken met hun digitaal fototoestel of gsm, maar ook muziek- en sportclips en 'grappige' filmpjes.

Van de bevroegde jongeren zegt 11,7% posts toe te voegen op een forum. Hier zijn duidelijke verschillen op te merken op het vlak van geslacht en leeftijd. Jongens (19,6%) posten vaker dingen dan meisjes (5,3%). Leerlingen uit het zesde jaar (20,8%) zijn ook vaker actief op fora dan leerlingen uit het eerste jaar (3,6%).

12,1% van de ondervraagde jongeren post dingen op zijn of haar eigen website. 8,2% blogt. Platforms zoals E-bay (4,7%), wiki's (1,6%), 16+ (1,8%) en MAKS (0,7%) worden nauwelijks door jongeren gebruikt om dingen op te posten.

We moeten dus vaststellen dat jongeren helemaal niet zo massaal gebruik maken van een van dé meest kenmerkende eigenschappen van web 2.0: de mogelijkheid tot eigen inbreng en interactiviteit. Zelf dingen posten op internet lijkt volgens onze cijfers vooral beperkt – met de nadruk op beperkt - te blijven tot YouTube en (in nog mindere mate) fora en blogs.

## 4.6. SOCIALE RELATIES

### 4.6.1. MET WIE

Onderstaande tabel geeft een overzicht van met wie onze jongeren mailen, chatten,...

	MAIL	CHAT	MSN-LIJST	FACEBOOK	NETLOG
Jeugdbeweging	23,9%	28,3%	33,5%	3,5%	14,4%
Sportclub	32,5%	40,3%	45,5%	5,7%	20,7%
Kennen via het internet	23,2%	33,7%	38,3%	6,7%	28,8%
Familie	63,0%	64,2%	85,1%	10,6%	29,4%
School	78,5%	85,0%	90,7%	12,7%	42,2%

Hieruit blijkt dat er online vooral contact is met schoolkameraden en familie. Op internet zijn het dus vooral de sociale contacten uit 'het echte leven' die verdergezet worden. Nieuwe mensen leren kennen blijkt procentueel gezien het gemakkelijkst te gaan via profielsites als Facebook en Netlog. Netlog-bezoekers hebben in hun contacten bijna evenveel mensen staan die ze kennen via op internet (28,8%) als bijvoorbeeld familie (29,4%). Via MSN en via chatboxes leggen de jongeren wel nog altijd de meeste contacten, als we dit in absolute getallen bekijken.

### 4.6.2. VRIENDEN MAKEN OP HET NET

40,9% van de jongeren geeft aan nieuwe vrienden te maken via het internet. Er is hierbij geen verschil op te merken tussen jongens en meisjes. We zien wel dat oudere leerlingen vaker nieuwe vrienden maken via het internet dan jongeren uit het 1e jaar (resp. 48,8% tegenover 33,8%). 18-jarigen hebben vaak al een uitgebreidere vriendenkring en zoeken blijkbaar naar nog meer uitbreiding via het net. Opmerkelijker is echter dat er een significant verschil is als we kijken naar opleidingstype. Ongeveer de helft van de jongeren uit het BSO en TSO zegt nieuwe vrienden te maken via het internet, terwijl minder dan een derde van de jongeren uit het ASO dit doet.

53 % van de jongeren gaf aan nieuwe mensen te leren kennen via één van hun eigen reeds gekende contactpersonen. Toch blijft de meerderheid voorzichtig: 57,6 % ging akkoord met de stelling 'ik maak eerst vrienden in real life vooraleer ik hen toevoeg via internet'. Hierbij zien we dat eerstejaars hier vaker bevestigend op antwoordden dan zesdejaars (resp. 61,1% tov. 53,4%). Ook hier zien we weer dat ASO-leerlingen (68,1%) voorzichtiger zijn dan leerlingen uit het TSO (54,9%) en BSO (43,5%).

Slechts 17,4% van onze jongeren gaf aan al eens afgesproken te hebben met iemand die ze op internet leerden kennen. Jongens en meisjes stemden in een verschillende mate in met deze stelling: slechts 14,0% van de meisjes stemde hiermee in, terwijl dit percentage bij de jongens op 21,4% ligt. Niet geheel onverwacht vinden we bij de eerstejaars minder mensen terug die dit al gedaan hebben (9,6%) tegenover 26,6% leerlingen uit het 6e jaar. Leerlingen uit het BSO hebben al vaker afgesproken met iemand die ze via internet leerden kennen (27,5%) dan leerlingen uit het ASO (9,5% - vergelijkbaar met het niveau van eerstejaars!).

Vooraleer online games en de profielpagina Netlog worden vaak aangehaald als 'plaatsen' of 'manieren' om nieuwe mensen te leren kennen. Wanneer mensen vervelend doen, schelden, ongewenste seksuele avances maken, pesten of stalken blokkeert men die persoon in de contactenlijst. Toch zijn er ook leerlingen die aangeven dat ze nooit iemand blokkeren of negeren.

Verder zien we nog dat 93,6% van de respondenten die ooit met iemand afspraken die ze via internet hadden leren kennen, aangeeft dat de afspraak goed is meegevallen. 86,1% van de respondenten beweert zelfs dat die persoon daarna een vriend in real life geworden is. 18,1% van de respondenten, die aangeeft ooit af te spreken met iemand die ze via het net hebben leren kennen, begon een relatie met iemand die ze via het net hadden leren kennen. Dit komt neer op 3,1% van onze respondenten in de totale steekproef.

### 4.6.3. INVLOED LIDMAATSCHAP GEORGANISEERD VRIJETIJDAAANBOD

We gingen na of leerlingen die in de sportclub of jeugdbeweging actief zijn of vaak met vrienden uitgaan, in meerdere of mindere mate gebruik maken van een aantal media. Dit zouden we kunnen verwachten omdat deze activiteiten toch een deel van hun tijd opsorpen, zodat er minder tijd overblijft voor nieuwe media. Of kunnen ze toch niet zonder en besteden ze dan minder tijd aan andere zaken?

Er blijkt een significant verschil te zijn in hoe vaak men gsm, sms, tv en internet gebruikt wanneer men al dan niet actief is in de sportclub. Respondenten die actief zijn in de sportclub maken minder gebruik van al deze toepassingen. In het overzicht in onderstaande tabel worden enkel de media weergegeven die genoeg verschil opleverden. Zo kunnen we bijvoorbeeld vaststellen dat de mate waarin je actief bent bij een sportclub geen invloed heeft op de mate waarin jongeren computergames spelen, wat wel het geval is bij leden van de jeugdbeweging.

	NIET TOT WEINIG ACTIEF IN SPORTCLUB	ZEER ACTIEF IN SPORTCLUB
Sms	4014	3005
Gsm	2004	1006
Tv	14049	11003
internet	11029	9035

Er blijkt een significant verschil te zijn in hoe vaak men games, gsm en internet gebruikt wanneer men al dan niet actief is in de jeugdbeweging. Respondenten die actief zijn in de jeugdbeweging maken minder gebruik van al deze toepassingen. Dit past in onze denkwijze: tijd besteden aan de jeugdbeweging betekent minder tijd voor andere zaken. Leden van een jeugdbeweging gebruiken hun gsm maar half zoveel als niet-leden. We kunnen vermoeden dat ze de mensen die ze in de jeugdbeweging zien, niet meer hoeven te bellen. Opvallender is dat het aantal uren dat tv kijken gelijk blijft, of je nu wel of niet bij een jeugdbeweging zit. Dit werd wel beïnvloed door lidmaatschap van een sportclub.

	NIET TOT WEINIG ACTIEF IN JEUGDBEWEGING	ZEER ACTIEF IN JEUGDBEWEGING
Gsm	1047	0058
internet	11019	7042
Games	4033	2008

Er blijkt ten slotte een significant verschil te zijn in hoe vaak men gsm, vaste telefoonlijn en internet gebruikt wanneer men weinig versus vaak uitgaat met vrienden. Het is toch opvallend dat respondenten die niet vaak uitgaan met vrienden minder gebruik maken van al deze toepassingen. Dit doet ons vermoeden dat deze nieuwe media vooral gebruikt worden om sociale contacten uit te bouwen en te onderhouden. Hoe meer sociaal contact je hebt in real life, hoe meer je die ook hebt via nieuwe media. En omgekeerd: wanneer je sociaal netwerk in real life niet erg groot is, bel je ook niet zo vaak, want er zijn minder mensen waarmee je belt. Wanneer mensen die niet tot weinig uitgaan met vrienden minder (lang) gebruik maken van internet, kan dit er op wijzen dat internet door veel jongeren als sociaal medium, als communicatiemiddel wordt gebruikt, bijvoorbeeld om af te spreken met de mensen waarmee je weggaat.

	NIET TOT WEINIG UITGAAN	VAAK UITGAAN
Gsm	0048	1047
Vaste lijn	0036	1008
Internet	7001	11037

Hieronder volgt nog een overzicht van het percentage van de respondenten dat aangeeft de mensen die ze online ontmoeten respectievelijk niet te kennen, te kennen van school, van thuis, van de jeugdbeweging, van de sportclub, en van de dichte vriendenkring.

KEN IK NIET	KEN IK VAN SCHOOL	KEN IK VAN THUIS	KEN IK VAN DE JEUGDBEWEGING	KEN IK VAN DE SPORTCLUB	KEN IK VAN MIJN DICHTTE VRIENDENKRING
19,2 %	89,4 %	49,7 %	27,9 %	41,7 %	74,6 %

Ook hier blijkt school de populairste factor. Meer algemeen kunnen we stellen dat we uit deze cijfers kunnen afleiden dat online contacten vooral gebeuren met mensen die ze reeds kennen 'in real life', als een soort verderzetting van hun dagdagelijkse sociale contacten.

## 4.7. STELLINGEN

We legden de jongeren 12 stellingen voor waarop ze konden antwoorden met 'akkoord', 'niet akkoord' of 'geen mening'. Deze laatste optie werd zeer vaak omcirkeld. Vervolgens werd telkens de mogelijkheid gegeven hun antwoord nader toe te lichten met een antwoord op de open vraag 'waarom?'. Wanneer we in onderstaande tekst verklaringen geven – m.a.w. antwoorden op deze waarom-vraag aanhalen – dan hebben de vermelde percentages ENKEL betrekking op de respondenten die 'akkoord' of 'niet akkoord' hebben geantwoord – we noemen hen hieronder soms 'mensen met een mening' om duidelijk te maken dat leerlingen die 'geen mening' antwoordden NIET meegerekend zijn.

### 1. *'Ik vind dat videogames voor meer geweld onder jongeren zorgen'*

28,2 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 30,9% gaat niet akkoord terwijl 40,8% hierover geen mening heeft. Jongeren doen hier blijkbaar niet makkelijk (of graag?) uitspraak over.

Leerlingen uit het BSO (60,6%) gaan vaker akkoord met de stelling dat games geweld uitlokken dan leerlingen uit het ASO (44,2%) en TSO (42,7%).

Meisjes zijn dan weer veel meer overtuigd van deze stelling (65,5%) dan jongens (slechts 29,5%). Zoals we hiervoor al zagen (zie hoofdstuk 1, §4) gamen jongens veel meer dan meisjes. Ze zijn dus meer bekend met het fenomeen en met de emoties die games in je losmaken. Bovendien zien we dat jongeren die een gameconsole bezitten meer geneigd zijn niet akkoord te gaan met deze stelling (slechts 40,9% gaat akkoord) dan jongeren die geen console hebben. Daar gaat 66,4% akkoord. We zien dus dat bekendheid met games resulteert in minder bezorgdheid om de gevaren ervan.

Meer dan een kwart van de mensen die hiermee akkoord gaan, zien het agressieve gedrag van gamers als imitatiegedrag: jongeren zien geweld in games en bootsen dit na. Ongeveer evenveel leerlingen nuanceren dit echter en zeggen dat het al dan niet vertonen van agressief gedrag afhangt van persoon tot persoon. De ene is al beïnvloedbaarder, agressiever,... dan de andere. Ongeveer 20% van de jongeren wijst er tenslotte op dat er een duidelijk verschil is tussen real life en de fictie van games.

### 2. *'Ik beschouw al mijn online contacten als vrienden'*

33,3 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 46,6% gaat niet akkoord terwijl 20,1% hierover geen mening heeft. Bijna de helft van de jongeren heeft dus niet uitsluitend met vrienden contact op internet.

Meer dan de helft van de leerlingen uit het 1e jaar (57,7%) gaat akkoord met deze uitspraak, terwijl dit slechts geldt voor een kwart van de leerlingen uit het 6e jaar. We kunnen vermoeden dat de oudere jongeren meer online contacten hebben dan de jongere leerlingen. Hoe groter het aantal contacten, hoe groter de kans dat niet iedereen uit die lijst een echte vriend te noemen is.

Toch zegt 32,1% van de jongeren die akkoord of niet akkoord hebben geantwoord dat ze een deel van hun contacten enkel 'passief' kennen, m.a.w. daar hebben ze al lang niet meer mee gepraat of zien ze (bijna) nooit meer. 10% van de jongeren die akkoord of niet akkoord ging, stelt uitdrukkelijk dat er in hun contactenlijst enkel mensen te vinden zijn die vrienden 'in real life' zijn van hen.

Mensen die aangaven dat ze nieuwe vrienden maken op het internet, antwoordden niet anders op deze vraag dan zij die dit niet doen.

### 3. *'Doordat ik mijn vrienden via MSN en e-mail ontmoet, spreek ik minder met hen in het echt af'*

14,4 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 54,7 % gaat niet akkoord terwijl 30,9 % hierover geen mening heeft. 'In het echt' afspreken blijft dus erg belangrijk voor hen.

31,7% vindt het e-contact te onpersoonlijk. Van iedereen die positief of negatief antwoordde op deze vraag, zegt 29% dat het e-contact geen invloed heeft op hun frequentie aan afspraken in real life. 19,8% van hen geeft aan MSN en e-mail voornamelijk te gebruiken om praktische afspraken te maken voor in real life. De online ontmoetingen zijn hier dus

een verlenging van de ontmoetingen in persoon. Toch zegt 10,4% van de respondenten die zich akkoord of niet akkoord verklaarden met deze stelling dat ontmoetingen in real life overbodig gemaakt worden door online ontmoetingen. Let wel: dit komt neer op ongeveer 7% van onze totale steekproef.

#### **4. 'Door mijn internet- en sms-gebruik, maak ik meer schrijffouten'**

20,3 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 56,6 % gaat niet akkoord terwijl 23,2 % hierover geen mening heeft. Meer dan de helft van de jongeren vindt dus de onheilstijding over de negatieve invloed van chat- en sms-taal overdreven.

Er is echter wel een significant verschil in het percentage van de leerlingen uit het ASO (22,0 %), het TSO (23,1 %) en het BSO (36,0 %) leerlingen dat zich akkoord verklaart met deze stelling. ASO- en TSO-leerlingen gaan er meer prat op correct te schrijven in het internettijdperk.

Meer algemeen geeft toch 20,6% van de leerlingen met een mening aan dat zij geen invloed ondervinden van internet- en sms-gebruik op hun spelling. 29,9% van hen geeft toch toe dat de typische kenmerken van de sms- en chat-taal, zoals het gebruik van afkortingen, doorsijpelen in hun schrijven. 17,8% zegt dat ze een duidelijk onderscheid kunnen maken wanneer ze sms- en chat-taal gebruiken en wanneer ze de klassieke spelling moeten gebruiken. 15,1% geeft aan dat ze het heel belangrijk vinden om zonder fouten te schrijven. 11,9% geeft zelfs aan dat ze juist beter leren schrijven door de computer en het internet.

#### **5. 'Ik zie in mijn omgeving jongeren die zodanig veel computeren dat ze zich van de buitenwereld afsluiten'**

33,5 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 30,6 % gaat niet akkoord, terwijl 36,0 % hierover geen mening heeft. Ook over sociaal isolement door veel computeren – jongeren doen ook hier blijkbaar niet gemakkelijk of graag uitspraken over. Er zijn er net iets meer die akkoord gaan met deze stelling dan dat er niet akkoord gaan.

43,9% neemt over deze mensen woorden in de mond als 'compleet opgaan', 'verslaafd', 'nerds',... 34% stelt echter dat ze zo geen mensen kennen. 11,2% zegt echter uitdrukkelijk dat hun PC belangrijker is dan 'de echte wereld'. Deze groep vertegenwoordigt opnieuw zo'n 7% van de totale steekproef.

Jongens, ouderen en BSO-leerlingen gaan vaker akkoord met deze stelling.

#### **6. 'Door internet hoeven mijn ouders mij niet meer in te lichten over seksualiteit, seksuele geaardheid, drugs,...'**

18,7 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 39,0 % gaat niet akkoord terwijl 42,2 % hierover geen mening heeft. Misschien antwoordden veel leerlingen – ondanks de gegarandeerde anonimiteit - 'geen mening' omwille van het persoonlijke karakter van de vraag?

Er is een duidelijk verschil tussen jongens en meisjes: slechts een kwart van de meisjes gaat hiermee akkoord, tegenover toch 41,4% van de jongens. Ook eerstejaars wendden zich hiervoor niet meteen tot het internet (slechts 23,6% verklaart zich akkoord), terwijl van hun oudere medeleerlingen toch 39,6% akkoord gaat. Tenslotte gaan ook meer leerlingen uit het TSO (37,7%) en BSO (39,1%) te rade bij het internet voor deze informatie, dan leerlingen uit het ASO (25,9%).

19,6% zegt dat deze informatie zeer toegankelijk is voor hen via het internet. Dit betekent echter niet dat het de belangrijkste informatiebron is. 25,1% zegt namelijk dat ze deze informatie toch het liefst via hun ouders krijgen. 15,7% zegt dat ze deze informatie noch op het net, noch bij de ouders gaat zoeken. En 17,6% van de mensen met een mening beweert tenslotte niet op te zoek te zijn naar dit soort informatie.

## **7. 'Door het gebruik van internet heb ik het gevoel dat ik meer weet'**

49,5 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 20,9 % gaat niet akkoord terwijl 29,7 % hierover geen mening heeft. Het internet heeft dus een positief effect op het vlak van kennis - of toch zeker het gevoel kennis te hebben - bij ongeveer de helft van de jongeren.

Bij jongens (77,3%) is dit gevoel zelfs sterker dan bij meisjes (63,8%). Er zijn geen significante verschillen op te tekenen op vlak van leeftijd of opleidingstype.

Driekwart van de jongeren beschouwt internet als een belangrijke informatiebron. 14,5% geeft echter aan op andere informatiebronnen te vertrouwen, zoals school, de ouders,... 8,7% omschrijft het internet evenwel als een onbetrouwbare bron.

Jongeren die aangeven dat ze internet gebruiken om informatie op te zoeken, gingen niet meer of minder akkoord met deze stelling dan jongeren die dit niet aangaven.

## **8. 'Ik neem soms een andere identiteit aan op internet'**

21,7 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 54,8 % gaat niet akkoord terwijl 23,5 % hierover geen mening heeft. Dit is dus niet meteen een wijdverspreid gebruik.

Jongens (34,6%) doen het blijkbaar iets vaker dan meisjes (23,9%). Opvallend is dat jongere leerlingen (35,1%) het vaker doen dan oudere (22%). Leerlingen uit het TSO nemen het vaakst een andere identiteit aan (32,4%) ten opzichte van leerlingen van het BSO (29,5%) en het ASO (24,2%).

40,4% van de mensen met een mening stelt uitdrukkelijk dat dit nergens voor nodig is. 24,6% stelt echter dat een pseudoniem bescherming biedt. Ze voelen zich er veiliger door, o.m. tegen pedofielen. 18,9% vindt het stom en belachelijk of zelfs pervers om je onder een andere identiteit op het internet te begeven. 7,3% vindt het gewoon leuk en spannend en zelfs bevrijdend.

## **9. 'Via internet heb ik buitenlandse contacten'**

33,2 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 44,3 % gaat niet akkoord terwijl 22,5 % hierover geen mening heeft. Het internet blijkt voor een kleine meerderheid een internationale dimensie in hun leven te brengen.

Jongens (48,5%) gebruiken het internet net iets vaker om buitenlandse contacten aan te gaan of te onderhouden dan meisjes (37,9%). Niet geheel onverwachts hebben heel wat meer ouderen (55%) internationale contacten dan jongeren (30,01%).

33,7% van de mensen die buitenlandse contacten hebben, hebben die contacten uitsluitend met mensen die ze in het echt kennen in het buitenland. 6,8% geeft aan buitenlandse contacten op te doen via games. 5,5% stelt meer algemeen dat ze net via het internet buitenlandse contacten opbouwen.

## **10. 'Tegenwoordig ben ik niets zonder computer'**

43,2 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 39,9 % gaat niet akkoord terwijl 16,9 % hierover geen mening heeft. Ook hier zijn bijna evenveel leerlingen het wel eens met de stelling als leerlingen die het niet eens zijn.

19,1% stelt dat een PC noodzakelijk is voor school en daarom dus broodnodig is. 9,5% zegt dat hun sociaal leven niet verder kan zonder computer of dat ze zich vervelen zonder pc. 9,6% nuanceert deze stelling en zwakt het af tot: 'een computer is handig'. 12,8% zegt nog andere bezigheden te hebben buiten de computer.

Er zijn geen significante verschillen te detecteren naargelang leeftijd, geslacht en opleidingstype.

## **11. 'Contact met mijn vrienden via MSN en internet is voor mij even belangrijk als hen in het echt te ontmoeten'**

25,2 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 51,7 % gaat niet akkoord terwijl 23,1 % hierover geen mening heeft. De meerderheid van de leerlingen gaat niet akkoord met deze stelling. Dit betekent echter niet dat ze elkaar minder ontmoeten door het internet. Een deel van de respondenten bedoelt net dat real life contact veel belangrijker is dan contact via de pc.

Meisjes (36,5%) verklaren zich meer akkoord met deze stelling dan jongens (28,1%). Leerlingen uit het BSO (44,6%) en het TSO (39,2%) zijn het ook meer eens met deze stelling dan leerlingen uit het ASO (22,1%).

77,8% van de mensen met een mening stelt dat het er in het echt veel persoonlijker aan toe gaat en dat je dit niet kan evenaren met virtuele ontmoetingen en gesprekken. 8,8% zegt daarentegen dat je via MSN net meer contact hebt. 11% houdt de bal in het midden en noemt het gewoon twee verschillende manieren van communiceren die je niet met elkaar kan vergelijken.

Van de respondenten die zeggen nieuwe vrienden te maken via internet, gaat 49,8% akkoord met bovenstaande stelling. Van de respondenten die niet beweren nieuwe vrienden te maken via internet gaat slechts 21,2% akkoord met bovenstaande stelling. Hoe meer vrienden jongeren hebben die ze via het internet leren kennen hebben, hoe minder noodzakelijk ze het vinden om iedereen ook in het echt te ontmoeten.

## **12. 'Ik vind dat internet gevaarlijk voor jongeren kan zijn'**

51,1 % van de leerlingen gaat akkoord met deze stelling, 21,1 % gaat niet akkoord terwijl 27,8 % hierover geen mening heeft. De helft van de leerlingen heeft toch het gevoel te moeten oppassen wanneer ze zich op het net begeven. Slechts 1 op 5 vindt dat er geen gevaar in schuilt.

Meisjes (76,7%) zijn angstiger dan jongens (63%). Leerlingen uit het ASO (76,6%) en het BSO (71,8%) zien meer potentiële gevaren dan leerlingen uit het TSO (60,8%). Opvallend is wel dat jongere leerlingen (66,8%) het internet minder gevaarlijk achten dan de oudere (74,8%). Misschien is het internet – ook mét zijn risico's – nog vertrouwder voor hen dan voor hun oudere medestudenten. Of is informatie over veilig surfen bij hen meer ingeburgerd?

Jongeren die aangeven vaak gebruik te maken van de computer en het internet (65,9%) gaan minder vaak akkoord met de stelling dat het internet gevaarlijk kan zijn van jongeren, dan die leerlingen die weinig gebruik maken van de computer en internet (79,9%). Jongeren vertrouwd maken met een computer en het net, doet hun wantrouwen hiertegenover toch wat afnemen.

De leerlingen vinden vooral dat je moet oppassen voor contact met vreemden, pedofielen (52,7%), virussen en spam (6,1%) en verslaving (3,7%). 30,7% vindt dat het je eigen verantwoordelijkheid is om veilig te surfen en je niet in te laten met onbekenden op het net. Zij vinden dat je dus best veilig online kan gaan, als je het zelf wat in de gaten houdt. 2,9% stelt uitdrukkelijk dat het internet ook goede kanten heeft en dat niet steeds die gevarenszijde belicht moet worden. Eenzelfde – klein – percentage zegt dat er grenzen en afspraken nodig zijn voor jongeren op het net.

# CONCLUSIES

Terugkerend naar onze meervoudige onderzoeksvraag kunnen we enkele zaken concluderen uit dit onderzoek.

## BEZIT EN ZAKGELD

Nieuwe media zijn niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Zo goed als iedereen heeft een gsm, pc, internet. Het bezit van een gameconsole is iets minder vanzelfsprekend, maar zeker geen uitzondering. De algemene trend is dat jongeren deze multimediat toestellen ook steeds vaker exclusief voor zichzelf hebben. Een tv op de eigen kamer, een pc voor zichzelf zijn niet langer voorbehouden voor de happy few. Maar ze betalen die meestal niet zelf. Opvallend is wel dat jongens aangeven meer zelf te betalen dan meisjes. Nochtans krijgen jongens en meisjes evenveel zakgeld.

## POPULARITEIT EN TRENDS

Het opzet van de meeste nieuwe media is multifunctioneel. Een gsm is in de ogen van veel volwassenen louter een telefoon. Maar jongeren gebruiken het voor veel meer dan enkel bellen en sms'en: foto's nemen, als wekker gebruiken, muziek beluisteren, filmpjes kijken,...

Ook het internet vervult verschillende functies. Het wordt gebruikt ter ontspanning, om sociale contacten aan te gaan en te onderhouden, om informatie te zoeken, om te 'praten' met elkaar, voor schoolwerk,...

*Als we kijken naar de top 5 van de populairste internettoepassingen zien we dat al deze functies aan bod komen:*

1. MSN: sociale en communicatieve functie
2. Informatie opzoeken: informatieve functie, voor school
3. YouTube: ontspanningsfunctie
4. Mail: sociale en communicatieve functie
5. games: ontspanningsfunctie

Het internet wordt dus multifunctioneel gebruikt.

## VRIJETIJSBESTEDING

Als jeugdwerkorganisaties waren Graffiti Jeugddienst en Jeugdwerknet natuurlijk nieuwsgierig of lidmaatschap van een sportclub of jeugdbeweging invloed had op het nieuwe mediagebruik van jongeren. Dit zijn toch engagementen waar heel wat vrije tijd naartoe gaat. Betekent dit dan minder tijd achter de pc? Of kunnen jongeren echt niet zonder en sneuvelen er andere tijdsbestedingen? De conclusie is dat lidmaatschap van een sport- of jeugdvereniging enigszins samengaat met minder tijd spenderen aan nieuwe media. Er is echter geen duidelijke lijn te trekken in de manier waarop dit gebeurt. Lidmaatschap van een sportclub heeft bijvoorbeeld geen effect op gamegedrag, terwijl dit wel zo is bij lidmaatschap van de jeugdbeweging.

Weggaan met vrienden slorpt ook heel wat van de vrije tijd van jongeren op. Toch gaat dit net samen met meer gebruik van nieuwe media, voornamelijk gsm en internet. Een bloeiend sociaal leven in real life impliceert blijkbaar vaak een bloeiend sociaal leven in nieuwe media-land.

## CONSUMENT – PRODUCENT

Een belangrijk argument ter verdediging van het internet in het algemeen en Web 2.0 in het bijzonder is dat het mensen oneindig veel mogelijkheden biedt om zelf content te creëren. Je bent niet langer louter consument van wat providers aanbieden. Uit ons onderzoek blijkt dat jongeren echter weinig gebruik maken van deze mogelijkheden. Enkel op YouTube wordt er soms gepost, maar dan nog door een minderheid van de jongeren. Dit is belangrijk om rekening mee te houden wanneer je zelf jongeren wil bereiken via het net. Jongeren bereiken via het internet is geen probleem. Ze zijn er massaal op terug te vinden. Maar hen laten participeren en creëren via het net is moeilijker.

## SOCIALE RELATIES

Jongeren chatten, mailen, msn'en,... vooral met schoolvrienden en familie. Nieuwe vrienden maken via het net gebeurt veel minder. We zien dus dat men het internet vooral gebruikt om bestaande contacten te onderhouden en niet zozeer om nieuwe contacten aan te knopen. Bovendien zien we ook dat deze contacten vaak een verderzetting zijn van het contact in real life.

Jongeren zijn het erover eens dat elkaar in levende lijve zien veel echter is dan contact hebben met elkaar over het internet. Het tweede kan het eerste niet vervangen. Ze ontmoeten ook liever eerst iemand in het echt vooraleer ze die toevoegen aan hun internetcontacten.

## COMPUTERGEBRUIK

De grote meerderheid van de jongeren vindt van zichzelf dat hij/zij voldoende tijd aan de computer spendeert – niet te veel en niet te weinig. We zien dat jongeren die veel tijd doorbrengen achter de computer, minder vaak akkoord gaan met de stelling dat het internet gevaarlijk kan zijn voor jongeren. Jongeren die veel gamen gaan ook minder akkoord met de vooroordelen die tegenover games bestaan. Bekend zijn met nieuwe media resulteert in een positievere, meer genuanceerde houding tegenover nieuwe media.

Toch maken ouders zich soms zorgen over het computergedrag van hun kroost. Opvallend is wel dat blijkbaar slechts een minderheid van de ouders praat met zijn kinderen over wat die zoal doen op de computer. Jongeren nemen zelf even vaak het initiatief hiertoe. Wat ouders soms wel doen zijn regels opstellen over het gebruik van de computer, internet en gsm – maar dit is slechts bij minder dan de helft van de jongeren het geval. Die regels hebben meestal te maken met hoe vaak en hoe lang ze gebruik mogen maken van de computer of hun gsm en het afspreken van een beurtrol met broers en zussen. Als jongeren de computer nodig hebben voor school, dan mogen ze hem over het algemeen gebruiken.

Voorts zijn er nog enkele zaken die opvallen wanneer we onze doelgroep opsplitsen naar leeftijd, geslacht en opleiding.

## GESLACHT

Jongens en meisjes lijken nieuwe media in zekere zin verschillend gebruiken. Hun gebruik ervan loopt in grote lijnen gelijk, maar we zien toch een verschil in voorkeuren. Meisjes maken veel gebruik van gsm, sms, vaste telefoonlijn. Jongens zien we dan weer licht oververtegenwoordigd op vlak van games en het opzoeken van informatie via de computer. Meisjes lijken de nieuwe media iets meer te gebruiken voor communicatie en sociaal contact. Bij jongens treedt de ontspannings- en informatieve functie wat meer op de voorgrond.

## OPLEIDING

Op vlak van opleidingstype merken we dat jongeren uit het ASO voorzichtiger zijn dan hun medeleerlingen uit BSO. Jongeren uit het TSO hangen er zo'n beetje tussenin – nu eens meer aansluitend bij ASO-leerlingen, dan weer bij BSO-leerlingen. Jongeren uit ASO zitten minder lang aan de computer, leren minder vaak nieuwe mensen kennen via het internet, hebben thuis meer regels over hun internetgebruik en zijn er vaak van overtuigd dat het internet gevaarlijk kan zijn voor jongeren. Jongeren uit het BSO lijken in zeker opzicht vrijer met nieuwe media om te gaan: ze spenderen er veel tijd aan, hebben er minder regels rond en maken vaker nieuwe vrienden via het net. Maar ze zijn toch even overtuigd van het gevaar dat in het internet schuilt. Jongeren uit de TSO-richtingen lijken hier het minst van overtuigd.

## LEEFTIJD

Jongeren uit het eerste jaar gaan minder akkoord met de stelling dat het internet gevaarlijk kan zijn voor jongeren dan jongeren uit het zesde jaar. Misschien heeft dit wel te maken met het feit dat deze generatie – nog meer dan hun 5 jaar oudere collega's – opgegroeid is een wereld waar nieuwe media niet meer uit weg te denken zijn. Voor hen zijn nieuwe media geen keuze meer, maar een vanzelfsprekendheid. Misschien heeft deze groep jongeren via sensibiliseringsacties of onderwijs al meer geleerd hoe zich hierbinnen te gedragen.

# AANBEVELINGEN

## GENUANCEERDE BERICHTGEVING

Als het op jongeren en nieuwe media aankomt pleiten we er vanuit het onderzoek en de organiserende organisaties voor om zeker niet te panikeren. Jongeren zijn zeker geen full time beeldbuisshangers of klikverslaafden geworden. Nieuwe media nemen steeds meer een prominente plaats in de tijdsbesteding van jongeren, maar ook omgaan met vrienden, lidmaatschap van sportclubs en jeugdverenigingen,... neemt een belangrijke plaats in.

Van daaruit pleiten we ook voor een genuanceerde berichtgeving in de pers. Vaak wordt er in – veelal negatieve - extremen gepraat over jongeren en nieuwe media. Soms zou je geloven dat het internet één verzamelpaats is van pedofielen, anorexiapatiënten, suicide jongeren,... Het is ook niet de bedoeling dat nieuwe media tot in het oneindige bejubeld worden, maar we kunnen niet ontkennen dat ze een belangrijke plaats innemen in het leven van jongeren, dat jongeren hun sociaal netwerk online verderzetten en dat dit heel wat kansen biedt tot netwerken en creativiteit. Een nuchtere, genuanceerde berichtgeving kan zorgen voor een constructief maatschappelijk debat over dit thema. Verketteren of bewieroken brengt weinig zoden aan de dijk.

## DON'T PANIC

Nieuwe media zijn niet meer weg te denken uit het leven van jonge mensen. Voor jeugdwerkers, leerkrachten, welzijnswerkers en ouders komt dit vaak bedreigend over omdat jongeren als early adopters nogal snel weg zijn met tools en toepassingen. Ze zijn de eerste generatie voor wie nieuwe media een vanzelfsprekendheid geworden is. Ouders en professionals mogen zeker geen angst hebben van de nieuwe media. Een nuchtere omgang met dergelijke media is op zijn plaats. Jongeren kunnen ouders en professionals introduceren in het nieuwe wereldje. Interesse tonen is beter dan een boycot in het leven roepen. Jongeren zijn zich ook bewust van mogelijke gevaren en vinden afspraken vaak ook terecht.

## MEDIA-EDUCATIE

Wij zijn er in ieder geval van overtuigd dat media-educatie – zowel door scholen, als door non-profitorganisaties in de vrije tijd – ervoor zorgt dat jongeren zichzelf kunnen wapenen om met nieuwe media om te gaan. Ook voor jeugdwerkers en andere professionals kan vorming en begeleiding een hulp zijn om hun doelgroep verder te leren kennen en nieuwe media een plek te geven in hun dagelijks werksituatie. Sensibilisering is belangrijk, maar zonder te verketteren. Als je kan wijzen op de risico's én de opportuniteiten en jongeren zelf tools in handen geeft om hier keuzes in te maken, dan biedt Web 2.0 heel wat mogelijkheden.

## OPENHEID BELEID

Voor beleidsmakers is het belangrijk om open te staan voor wat er zich afspeelt op het internet. Naast de klassieke jeugdgroepen zijn heel wat jongeren ook online actief, alleen of in netwerken en communities. Voor de jeugd-, cultuur-, welzijns- en onderwijssector bieden nieuwe media tal van mogelijkheden. Tal van projecten spelen zich nu ook online af. Voor het beleid vergt dit een andere kijk naar erkenning, subsidiëring,... Klassieke aantallen deelnemers zijn nu leden van een community of posts op een projectblog. E-cultuur heeft al een plaats gekregen in het beleid. Volgt e-jeugdwerk, e-welzijnswerk, e-onderwijs,...?

## MEER ONDERZOEK

Een onderzoek is nooit volmaakt. Ook na dit onderzoek blijft de honger naar informatie groeien. Zeker voor een thema als jongeren en nieuwe media is het van belang kort op de bal te kunnen spelen gezien applicaties heel snel wijzigen, hypes snel de ronde gaan, jongeren sneller en sneller hun weg vinden naar tools en toepassingen,... Belangrijk hierbij is om jongeren zelf aan het woord te laten ipv over de hoofden van jongeren heen te spreken. Hoe meer onderzoek gevoerd wordt rond dit thema, hoe meer informatie er verzameld en verspreid kan worden. Dit kan alleen maar helpen om een correcte beeldvorming tot stand te brengen en een gepast constructief maatschappelijk discours te voeden. Ook voor praktijkwerkers en andere geïnteresseerden is actuele informatie en onderzoeksgegevens van groot belang. Een oproep dus aan de onderzoekswereld en het middenveld om actief onderzoek te doen en de verzamelde informatie te verspreiden.

Voor meer informatie en toelichting:

**[www.apestaartjaren.be](http://www.apestaartjaren.be)**

Een initiatief van:

**Graffiti Jeugddienst vzw**  
**[www.graffiti-jeugddienst.be](http://www.graffiti-jeugddienst.be)**

**& Jeugdwerknet vzw**  
**[www.jeugdwerknet.be](http://www.jeugdwerknet.be)**