



jongeren met **impact**

TeamAlert

JONGEREN EN SOCIALMEDIAGEBRUIK

Kwantitatieve toetsing focusgroepen

Stichting TeamAlert
Jongeren met impact

Lijsterstraat 3-5
3514 TA Utrecht
Tel: 030-2232893
info@teamalert.nl
www.teamalert.nl

Dataverzameling en analyse:
Ruigrok Netpanel: Anouk Tramper & Julia Vrijaldenhoven
Ruigrok NetPanel
Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam
020-7820400
info@ruigroknetaanel.nl
KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264

Analyse en rapportage:
Megan van Meer

December 2020

© Deze rapportage is eigendom van stichting TeamAlert te Utrecht. Niets uit dit rapport mag worden gereproduceerd, publicitair worden vrijgegeven of worden uitgevoerd zonder de schriftelijke toestemmingen of de actieve medewerking van stichting TeamAlert.

INHOUD

1. Aanleiding & Achtergrond
2. Het onderzoek
3. Resultaten WhatsApp
4. Resultaten Instagram
5. Resultaten Snapchat
6. Resultaten verkeer
7. Conclusie en aanbevelingen
8. Bronnen

1 INLEIDING & ACHTERGROND

01| INLEIDING

05

Door de smartphone hebben jongeren op bijna ieder moment van de dag toegang tot social media. Het is daarom niet verwonderlijk dat er ook zeer veel gebruik gemaakt wordt van social media. Jongeren tussen de 13 en 24 jaar gebruiken dagelijks gemiddeld ruim drie uur social media (TeamAlert, 2020a).

Sinds de opkomst van social media en de explosieve toename van de smartphone is er veel (markt)onderzoek gedaan over het socialmediagebruik onder de bevolking (One4Marketing, 2020). In 2020 is in Nederland een onderzoek gedaan onder alle leeftijdsgroepen waar gekeken is naar socialmediagebruik en de meest populaire en groeiende socialmediakanalen (Newcom Research & Consultancy, 2020).

Zo zijn WhatsApp, Facebook en YouTube de meest gebruikte platforms onder Nederlanders in het algemeen. Jongeren gebruiken Facebook steeds minder, omdat ze veel meer overgestapt zijn naar Instagram, Snapchat en TikTok. WhatsApp is nog steeds het belangrijkste kanaal voor iedere leeftijdsgroep (Newcom Research & Consultancy, 2020).

Waar er veel informatie bekend is over de aantallen en percentages van verschillende socialmediakanalen per leeftijdsgroep, mist er nog diepgaande informatie over achterliggende motivaties en redenen om bepaalde kanalen wel of niet te gebruiken. Zo is het bekend wat de 'oorspronkelijke' functies van verschillende apps zijn, maar is het niet duidelijk met welke redenen Nederlandse jongeren deze apps gebruiken. Naast expliciete redenen (bijvoorbeeld het uitwisselen van informatie) voor het gebruik van deze apps wordt social media gebruik ook gedreven door psychologische factoren zoals sociale vergelijking, zelfpresentatie en Fear of Missing Out (FOMO; McRoberts, Ma, Hall & Yarosh, 2017; Yau & Reich, 2019; Stapleton, Luiz & Chatwin, 2017; Franchina, Vanden Abeele, Van Rooij, Lo Coco & De Marez, 2018).

TeamAlert

jongeren met **impact**

In dit onderzoek wordt gekozen om de kanalen WhatsApp, Instagram en Snapchat te onderzoeken. WhatsApp wordt gekozen, omdat het de meest gebruikte app is in Nederland, ook voor jongeren. Instagram is ook een zeer populaire app. De groei neemt af, maar dit lijkt te komen door een plafondeffect. Meer dan 90% van de jongeren gebruikt Instagram. Als laatste wordt gekozen voor Snapchat, een app die de laatste jaren zeer sterk is toegenomen, met name onder jongeren (Newcom Research & Consultancy, 2020).

Leeswijzer

Dit onderzoek is een toetsing van de resultaten van focusgroepen naar socialmediagebruik onder jongeren (TeamAlert, 2020b). Als eerste zal er een korte samenvatting van de resultaten van de focusgroepen worden gegeven. In hoofdstuk twee wordt de onderzoeksopzet en steekproef besproken. Vervolgens worden in hoofdstuk drie, vier en vijf de resultaten van de kanalen per kanaal besproken. In hoofdstuk zes komt socialmediagebruik in het verkeer aan bod en tot slot worden er in hoofdstuk zeven conclusies en aanbevelingen gegeven.

01 | ACHTERGROND

06

In dit onderzoek worden de resultaten van zes focusgroepen over het gebruik van WhatsApp, Instagram en Snapchat getoetst. Uit deze focusgroepen komen de volgende thema's naar voren: het gebruik van de app, sociale status en zelfpresentatie, sociale druk en controle, FOMO en socialmediagebruik in het verkeer.

Gebruik van de app

De resultaten van de focusgroepen laten zien dat WhatsApp vooral gebruikt wordt als handig communicatiemiddel en Instagram vooral gebruikt wordt voor het delen van je leven en het volgen van anderen. Jongeren die weinig Snapchat gebruiken zien Snapchat als een aanvulling van Instagram. Jongeren die veel van Snapchat gebruik maken zien het als een vervanger van WhatsApp en een leukere versie van Instagram. Voor jongeren die veel Snapchat gebruiken combineert de app de functies van communicatie en het delen van je leven.

Zelfpresentatie en sociale status

Impliciet lijken sociale status en zelfpresentatie een belangrijke rol te spelen op social media. Beide thema's spelen vooral een rol op het kanaal Instagram. Jongeren geven aan weinig waarde te hechten aan het aantal likes, maar vinden het wel belangrijk om zo goed mogelijk over te komen op Instagram. Daarnaast vinden zij het belangrijk dat zichzelf en anderen realistisch overkomen op social media, zij vinden het vervelend als anderen nep overkomen.

Sociale druk en controle

Jongeren geven aan geen druk te ervaren omtrent het gebruik van social media, zij vertonen echter wel een hoop gedragingen die voort lijken te komen uit sociale

druk en controle. Jongeren controleren constant van elkaar of zij op tijd hebben gereageerd, waar iemand zich bevindt, en of een bericht al geliked is. Zij hechten extreem veel waarde aan het zo snel mogelijk op elkaar reageren. Wanneer iemand niet direct kan reageren is het "not done" om het bericht wel te openen. Wanneer jongeren zien dat een bericht gelezen is, maar er nog geen reactie binnen is voelen zij zich genegeerd.

FOMO

Daarnaast voelen jongeren een sterke drang om niks te missen van wat vrienden en leeftijdsgenoten doen (op social media). Zij willen alle mogelijke updates die er zijn op social media volgen, dit zorgt er voor dat zij soms veel tijd kwijt zijn aan het terugkijken en lezen van berichten. Dit zorgt voor een zekere mate van stress onder jongeren, al ervaren zij dit zelf niet perse zo. Voor hen hoort het op de hoogte blijven van elkaar bij het gebruik van social media.

Verkeer

Welke socialmediakanalen worden gebruikt in het verkeer wordt vooral bepaald door hoe deze kanalen gebruikt worden door jongeren. De jongeren uit de focusgroepen geven aan vooral WhatsApp te gebruiken op de fiets, om de meest urgente berichten te lezen en hierop te reageren. Het communicatieve aspect van WhatsApp zorgt ervoor dat dit middel weleens op de fiets gebruikt worden, de andere kanalen worden door jongeren niet op de fiets gebruikt.

TeamAlert

jongeren met **impact**

2 HET ONDERZOEK

02| HET ONDERZOEK

08

Het doel van dit onderzoek is het toetsen van de resultaten van de focusgroepen naar mediagebruik onder jongeren. Door middel van deze toetsing wordt bekeken in hoeverre de uitspraken van de respondenten in de focusgroepen generaliseerbaar zijn voor alle jongeren in Nederland. Deze toetsing is uitgevoerd door middel van een online vragenlijstonderzoek. Het onderzoek geeft antwoord op de volgende onderzoeksvraag met bijbehorende deelvragen:

Wat zijn voor jongeren de belangrijkste redenen om gebruik te maken van WhatsApp, Instagram en Snapchat en in hoeverre spelen sociale status, zelfpresentatie, sociale druk en Fear of Missing Out (FOMO) een rol in het dagelijkse gebruik van jongeren?

Deelvragen:

- Waarom en hoe gebruiken jongeren social media?
- In hoeverre en hoe hechten jongeren waarde aan sociale status op social media?
- In hoeverre proberen jongeren zichzelf zo goed mogelijk te presenteren op social media?
- In hoeverre hebben jongeren last van sociale druk door social media?
- In hoeverre ervaren jongeren FOMO tijdens het gebruik van social media?
- In hoeverre gebruiken jongeren deze social media in het verkeer?

Deelnemers

Het onderzoek is door 1043 jongeren tussen de 13 en 24 jaar oud ingevuld die actief van één of meerdere van de drie kanalen gebruik maakt. Deze groep deelnemers is representatief naar geslacht, leeftijd en hoogste gevolgde opleidingsniveau.

Iedere deelnemer heeft vragen beantwoord over het kanaal waar hij/zij actief gebruik van maakt. Indien ze gebruik maken van meerdere kanalen hebben ze random vragen over één van de drie kanalen voorgelegd gekregen. Iedere deelnemer heeft vragen over één kanaal beantwoord. De deelnemers zijn over de volgende kanalen verdeeld:

- WhatsApp gebruikers (N = 349)
- Instagram gebruikers (N = 360)
- Snapchat gebruikers (N = 334)

Kenmerken

Geslacht

Man	51%
Vrouw	49%

Leeftijd

13 t/m 15 jaar	24%
16 t/m 17 jaar	17%
18 t/m 20 jaar	25%
21 t/m 24 jaar	34%

Opleidingsniveau

Laag	27%
Middel	43%
Hoog	30%

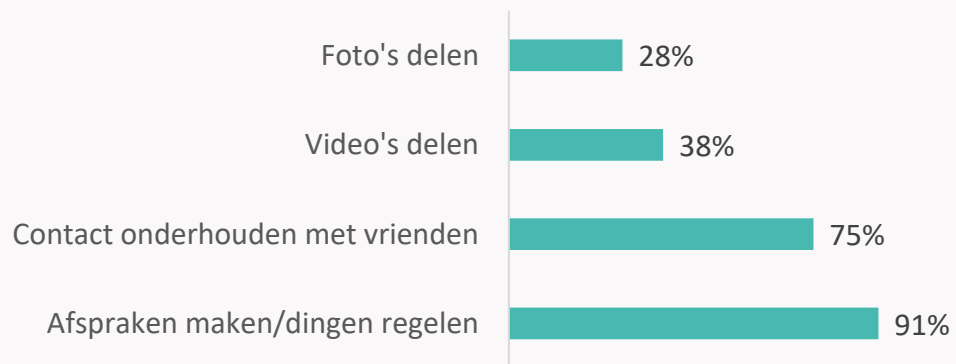
3 RESULTATEN WHATSAPP



03| RESULTATEN WHATSAPP

In dit hoofdstuk zullen de resultaten over het socialmediakanaal WhatsApp worden besproken. Eerst zullen er een paar resultaten worden gegeven in relatie tot de gehele steekproef, vervolgens worden de resultaten besproken van deelnemers die enkel de vragen over WhatsApp hebben beantwoord.

Aan alle jongeren die meededen aan het onderzoek is gevraagd in hoeverre zij gebruik maakten van WhatsApp. Te zien is dat **97%** van de jongeren gebruik maakt van WhatsApp. Vervolgens is aan de jongeren die WhatsApp gebruiken gevraagd waarvoor zij WhatsApp het liefst gebruiken. Er is te zien dat jongeren WhatsApp het liefst gebruiken voor 'afspraken maken en dingen regelen' en 'contact onderhouden met vrienden'.

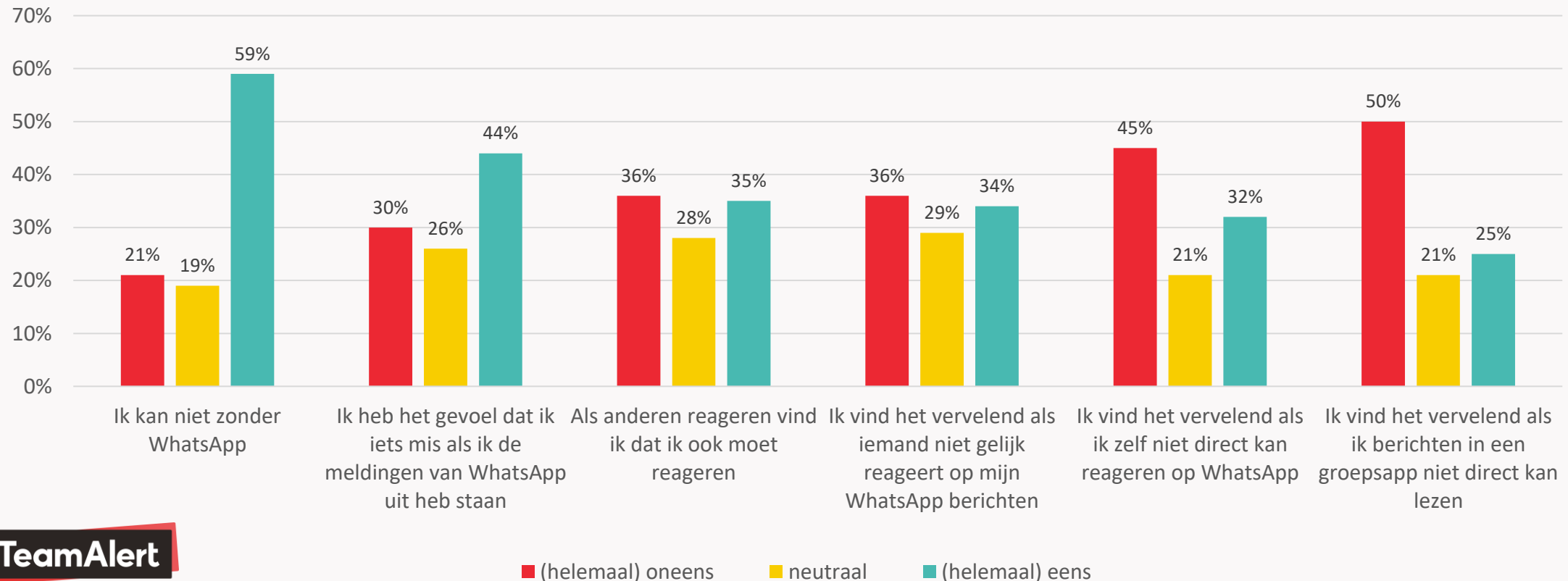


03| RESULTATEN WHATSAPP

11

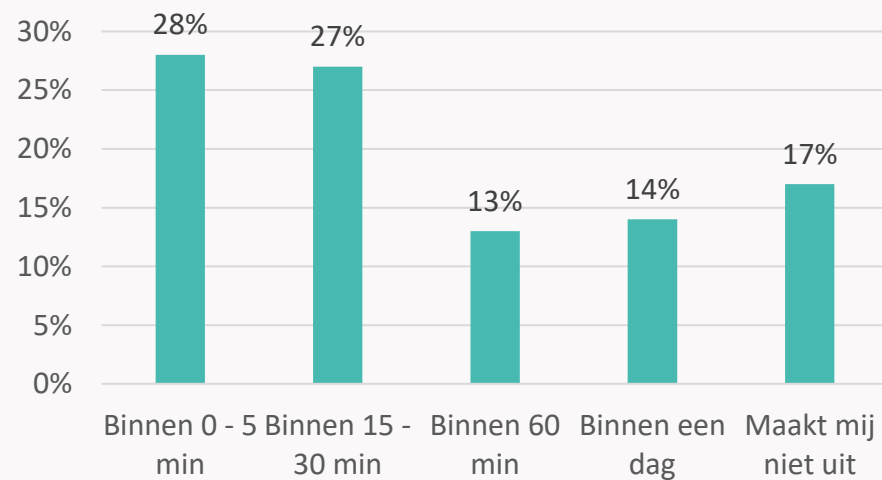
Vervolgens kregen de jongeren die de vragenlijst voor WhatsApp hebben ingevuld (N = 349) een aantal stellingen te zien over WhatsApp en het reageren op berichtjes via WhatsApp. Drie op de vijf jongeren geeft aan niet zonder WhatsApp te kunnen. Ruim twee op de vijf jongeren heeft het gevoel iets te missen wanneer zij de meldingen van WhatsApp uit hebben staan. Eén derde van de jongeren geeft aan

het gevoel te hebben te moeten reageren op WhatsApp als anderen ook reageren, vindt het vervelend als iemand niet gelijk reageert op WhatsApp berichten en vindt het vervelend als zij zelf niet direct kunnen reageren op WhatsApp. Een kwart van de jongeren vindt het vervelend als zij berichten in een groepsapp niet direct kunnen lezen.



03| RESULTATEN WHATSAPP

Ruim de helft van de jongeren wil graag dat iemand binnen 30 minuten reageert op hun WhatsApp bericht. Een kwart wil zelfs dat anderen binnen 0 – 5 minuten reageren op hun bericht.

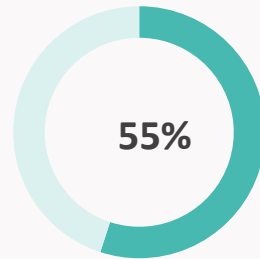


03| RESULTATEN WHATSAPP

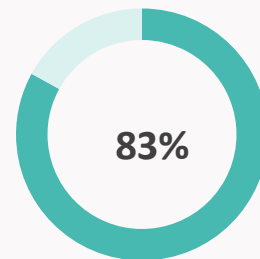
13

Daaropvolgend hebben de jongeren een aantal vragen beantwoord over het kunnen zien of iemand hun bericht gelezen heeft. WhatsApp heeft de functionaliteit dat je door middel van vinkjes bij het bericht kunt zien of het bericht afgeleverd en/of gelezen is. Wanneer iemand deze functionaliteit aan heeft staan en het bericht gelezen heeft kleuren de vinkjes blauw.

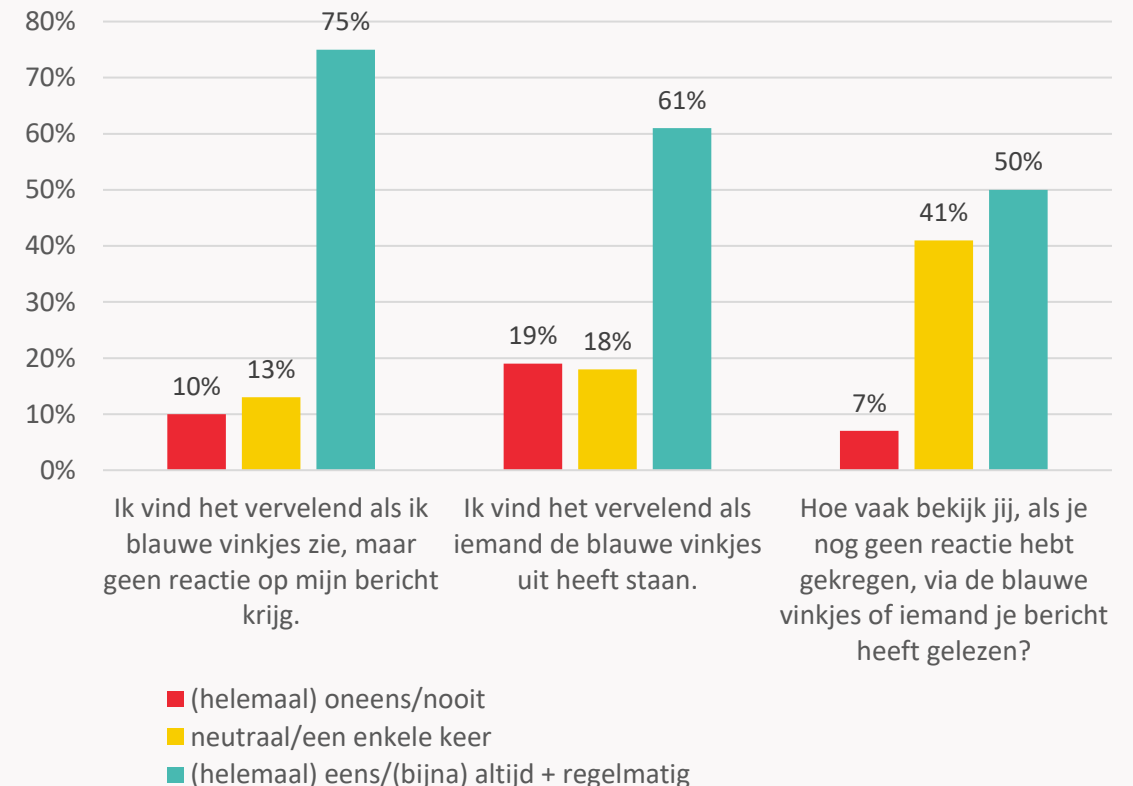
- 55% van de jongeren vindt het heel belangrijk om te zien of iemand hun WhatsApp-bericht heeft gelezen.



- 83% van de jongeren heeft de functie 'blauwe vinkjes' aan staan.



De jongeren die de blauwe vinkjes aan hadden staan hebben een aantal stellingen beoordeeld over de blauwe vinkjes (N = 289). Driekwart van hen vindt het vervelend wanneer zij door middel van de blauwe vinkjes zien dat iemand het bericht heeft gelezen, maar niet reageert. Drie op de vijf jongeren vindt het vervelend als iemand de blauwe vinkjes uit heeft staan. De helft van de jongeren kijkt bijna altijd of regelmatig of iemand hun bericht heeft gelezen door de vinkjes te controleren.

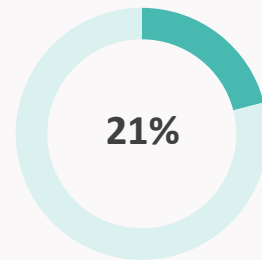


03| RESULTATEN WHATSAPP

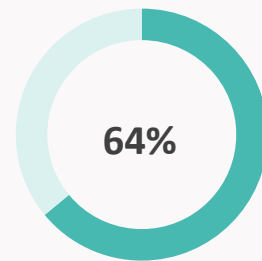
14

Een andere functionaliteit binnen WhatsApp is de functie 'laatst gezien', waarmee je kunt zien wanneer iemand voor het laatst online is geweest. Ook over deze functie hebben de jongeren die meededen aan het onderzoek een aantal vragen beantwoord.

- 21% van de jongeren vindt het (heel) belangrijk om te zien wanneer iemand voor het laatst online was.



- 64% van de jongeren heeft de functie 'laatst gezien' in WhatsApp aan staan.

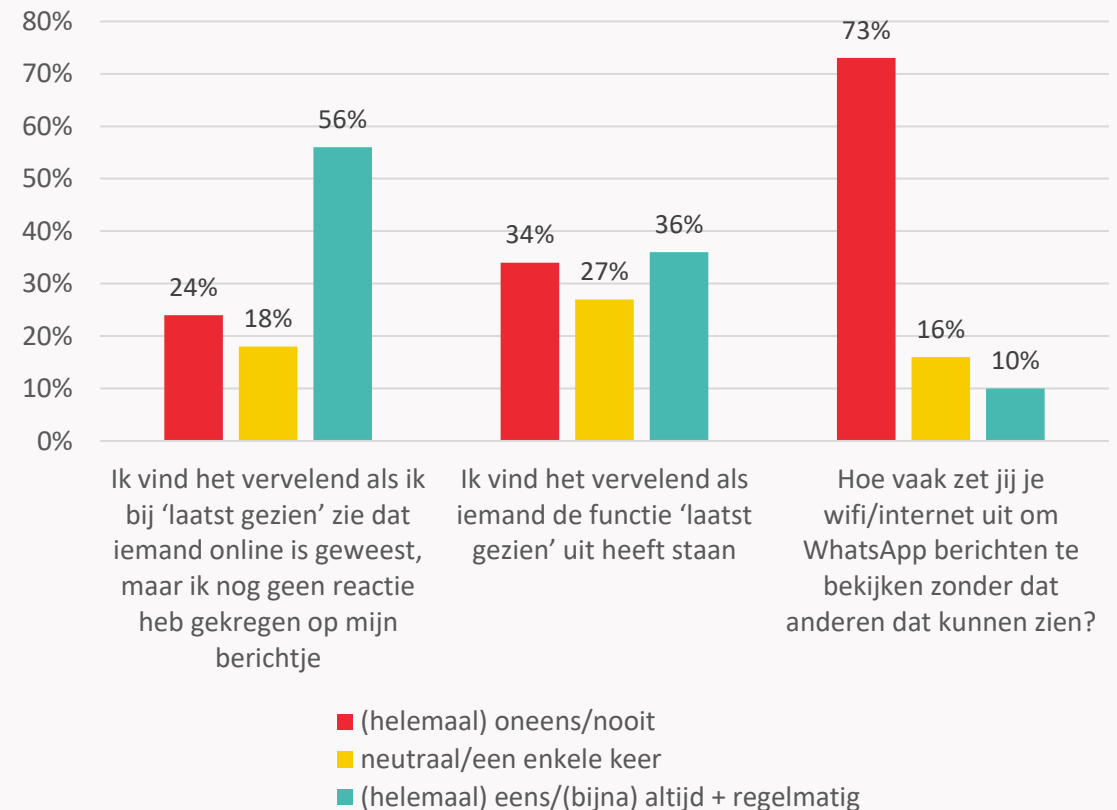


De jongeren die 'laatst gezien' aan hadden staan hebben een aantal stellingen beoordeeld over deze functie (N = 289). Iets meer dan de helft van hen vindt het vervelend wanneer zij door middel van de 'laatst gezien' zien dat iemand het online is geweest, maar niet reageert. Een derde van de jongeren vindt het vervelend als iemand de 'laatst gezien'-functie uit heeft staan.

TeamAlert

jongeren met **impact**

De functionaliteiten 'blauwe vinkjes' en 'laatst gezien' kunnen worden gebruikt om te controleren of iemand online is geweest en/of een bericht gelezen heeft. Er is aan de jongeren gevraagd of zij weleens het internet van hun smartphone uitzetten om berichtjes te bekijken zonder dat iemand dit kan zien. Een kwart van de jongeren geeft aan dit een enkele keer tot (bijna) altijd te doen, driekwart van de jongeren doet dit nooit.



03| CONCLUSIE WHATSAPP

15

Uit de focusgroepen naar socialmediagebruik onder jongeren kwamen drie thema's naar voren die relevant zijn voor het kanaal WhatsApp: reden voor gebruik, sociale druk en FOMO. Deze thema's zijn verder onderzocht doormiddel van een vragenlijstonderzoek.

Reden voor gebruik

De resultaten van de vragenlijst laten zien dat jongeren WhatsApp vooral gebruiken om afspraken te maken en dingen te regelen en om contact te onderhouden met vrienden.

FOMO

Drie op de vijf jongeren geven aan niet zonder WhatsApp te kunnen en twee op de vijf jongeren heeft het gevoel dat zij iets missen, wanneer zij de meldingen van WhatsApp uit hebben staan.

Sociale druk

De focus van de vragen over WhatsApp lag op de manier waarop jongeren sociale druk ervaren en sociale controle op elkaar uit oefenen door middel van WhatsApp. Er is te zien dat één op de drie jongeren het vervelend vindt wanneer iemand niet gelijk reageert op hun berichten op WhatsApp. Eén op de drie jongeren vindt het vervelend wanneer zij zelf niet direct kunnen reageren op WhatsApp berichtjes. Daarnaast vindt één op de drie jongeren dat wanneer anderen reageren op WhatsApp, zij zelf ook moeten reageren. Een kwart van de jongeren vindt het vervelend als zij niet direct de berichten in een groepsapp kunnen lezen.

Deze resultaten illustreren dat jongeren in zekere mate sociale druk ervaren en uitoefenen over het zo snel mogelijk reageren op WhatsApp. Deze resultaten worden verder onderstreept door het feit dat de helft van de jongeren verwacht dat anderen binnen dertig minuten reageren op hun WhatsApp-berichten. Meer dan een kwart wil zelfs dat er binnen vijf minuten op hun berichten wordt gereageerd.

WhatsApp heeft een aantal functionaliteiten die sociale druk en controle over het zo snel mogelijk reageren op berichtjes in de hand spelen, namelijk de blauwe vinkjes en 'laatst gezien'. Meer dan de helft van de jongeren vindt het belangrijk om te kunnen zien of iemand hun bericht heeft gelezen. Vier op de vijf jongeren heeft de blauwe vinkjes aan staan. De resultaten laten zien dat jongeren de vinkjes actief gebruiken om te controleren of iemand hun bericht gelezen heeft. De helft van de jongeren die de blauwe vinkjes aan heeft staan doet dit weleens. Driekwart van hen vindt het vervelend wanneer zij zien dat iemand hun bericht gelezen heeft maar hier niet op gereageerd heeft.

Jongeren vinden het minder belangrijk om te zien wanneer iemand voor het laatst online was. Drie op de vijf jongeren heeft de functie 'laatst gezien' aan staan op WhatsApp. De helft van de jongeren die deze functie aan heeft staan vindt het vervelend om te zien dat iemand online is geweest, maar nog heeft gereageerd op hun bericht. Een kwart van de jongeren zet weleens het internet op hun telefoon uit om berichten te lezen zonder dat anderen dit kunnen zien.

WhatsAppgebruik samengevat

Jongeren gebruiken WhatsApp vooral om in contact te blijven met hun omgeving. Het gebruik van WhatsApp brengt voor jongeren druk met zich mee, zij willen zo snel mogelijk reageren en willen ook dat anderen dat doen. Zij controleren daarom actief en regelmatig of iemand hun berichtjes al gezien heeft.

4 RESULTATEN INSTAGRAM



TeamAlert

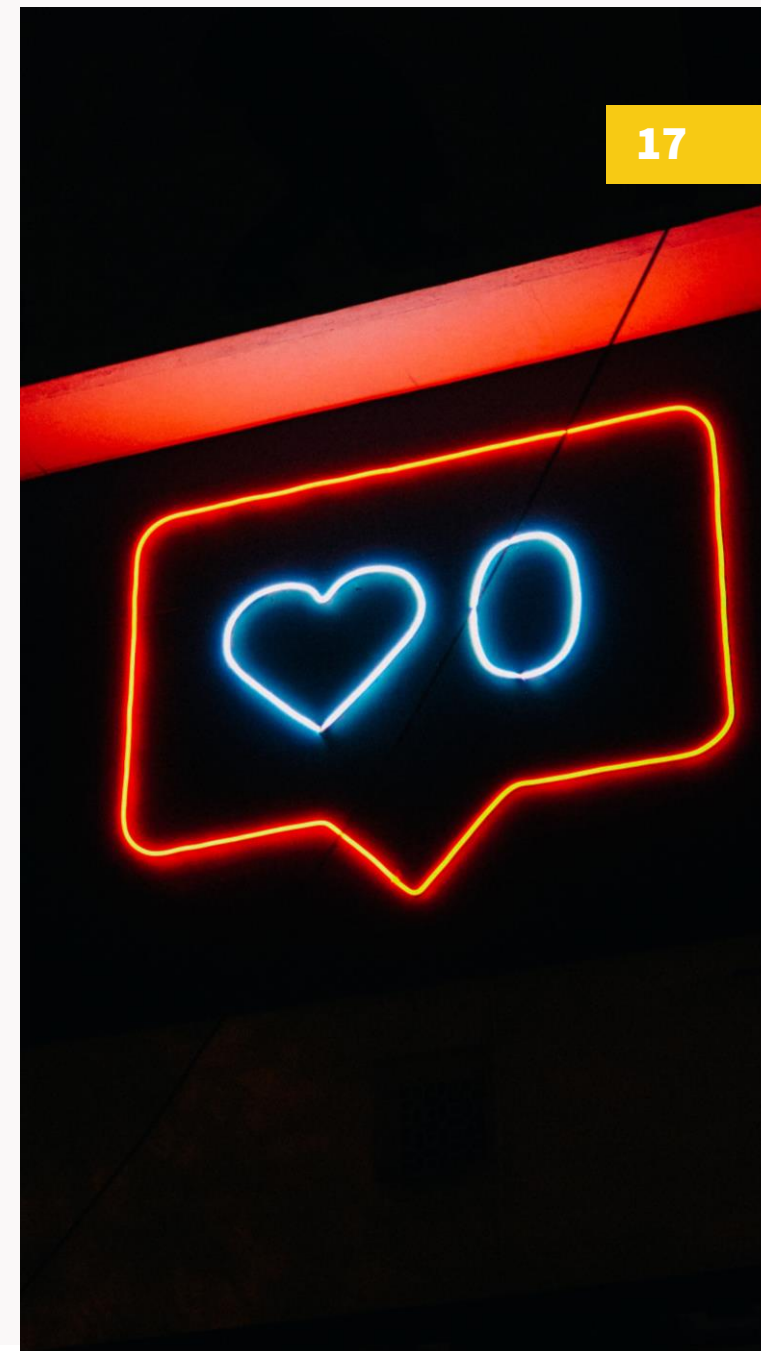
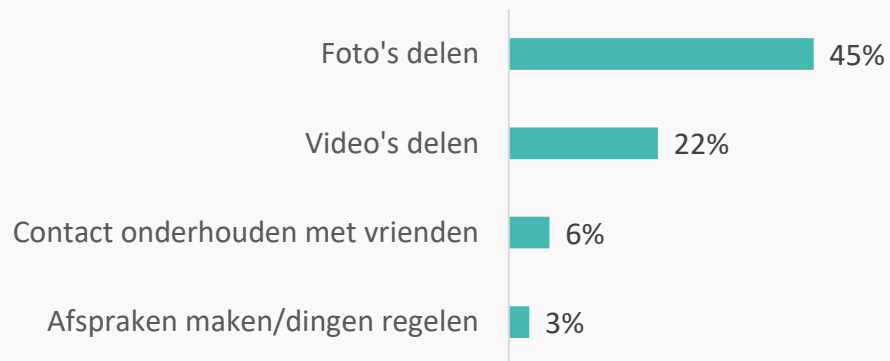
jongeren met impact

Activity

04| RESULTATEN INSTAGRAM

In dit hoofdstuk worden de resultaten over het socialmediakanaal Instagram besproken. Eerst zullen er een paar resultaten worden gegeven in relatie tot de gehele steekproef, vervolgens worden de resultaten besproken van deelnemers die enkel de vragen over Instagram hebben beantwoord.

Aan alle jongeren die meededen aan het onderzoek is gevraagd in hoeverre zij gebruik maakten van Instagram. Te zien is dat **83%** van de jongeren gebruik maakt van Instagram. Vervolgens is aan de jongeren die Instagram gebruiken gevraagd waarvoor zij Instagram het liefst gebruiken. Er is te zien dat jongeren Instagram het liefst gebruiken voor 'foto's delen' en 'video's delen'.

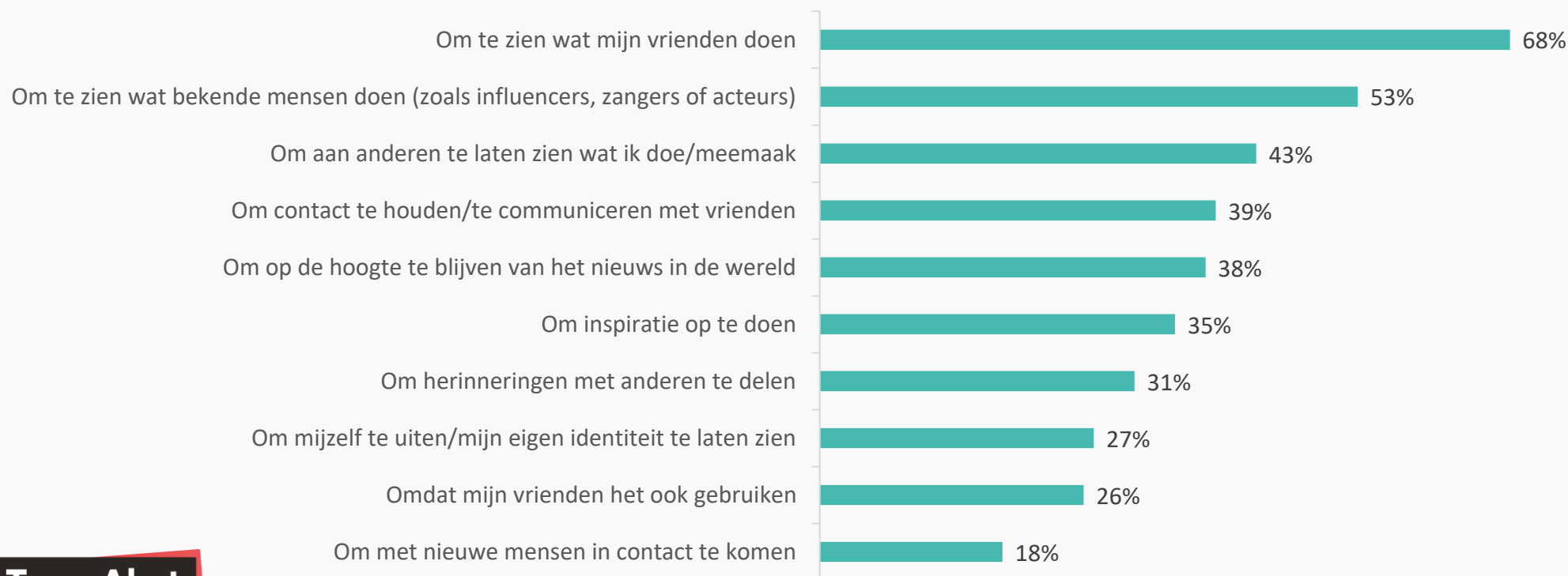


04| RESULTATEN INSTAGRAM

18

Vervolgens kregen de jongeren die de vragenlijst voor het kanaal Instagram hebben ingevoerd (N = 360) de vraag: “waarvoor gebruik jij Instagram weleens?”. Hierbij konden zij kiezen uit een aantal vooraf gegeven opties. Te zien is dat de meeste jongeren Instagram gebruiken om te zien wat hun vrienden doen. Daarna wordt

Instagram het vaakst gebruikt om bekende mensen te volgen. Op drie staat “om aan anderen te laten zien wat ik doe/meemaak”. Instagram wordt het minst vaak gebruikt om met nieuwe mensen in contact te komen.

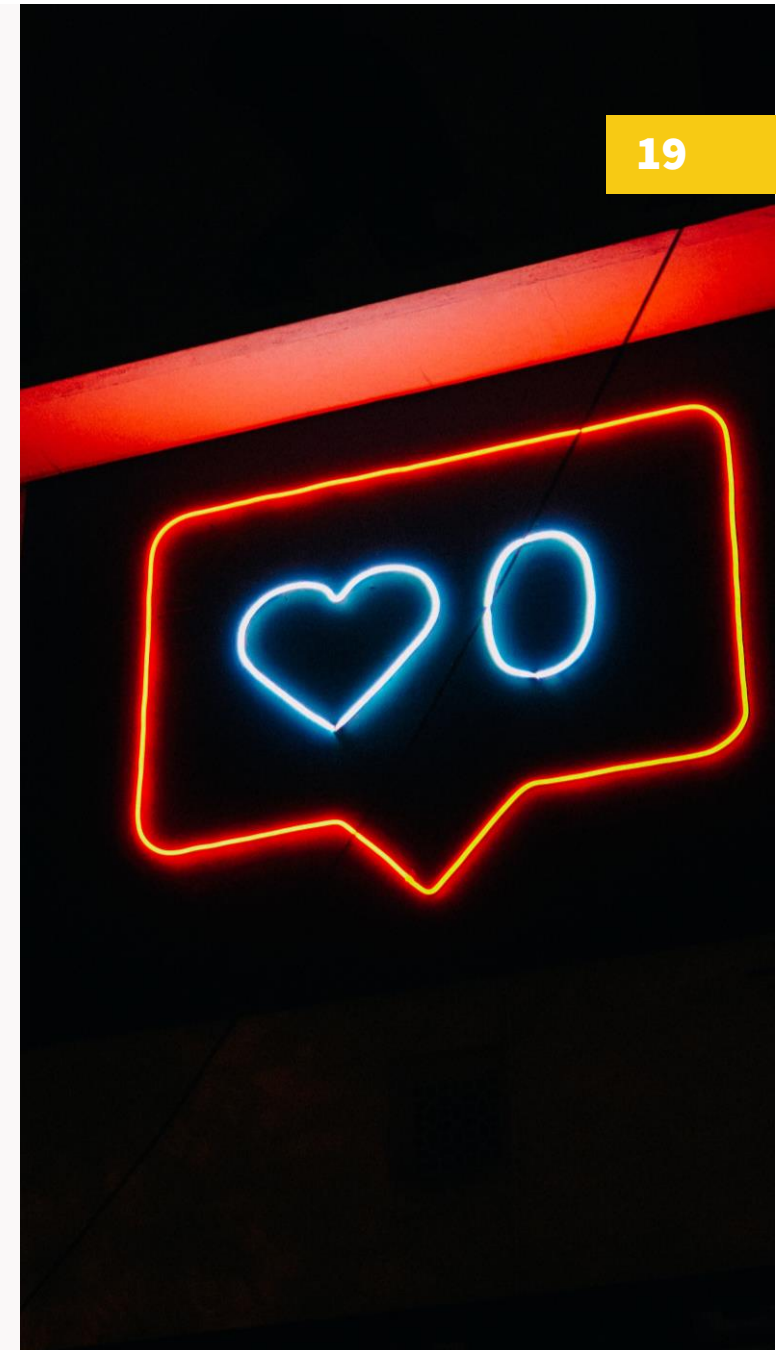
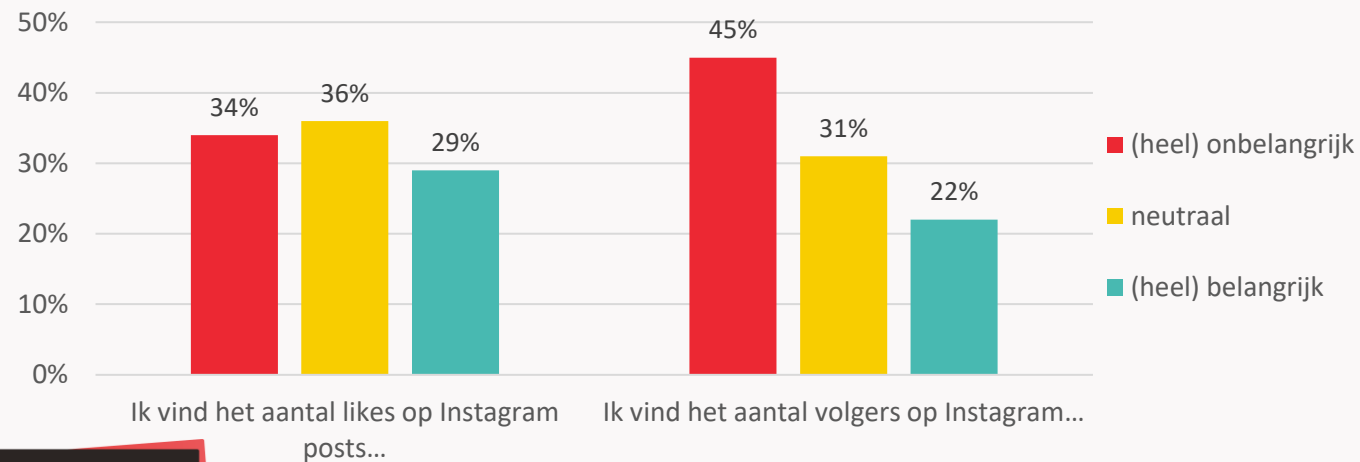


04| RESULTATEN INSTAGRAM

Daarna is er aan de deelnemers gevraagd hoe zij Instagram gebruiken. Er is te zien dat:

- 💡 **86%** vaker berichten bekijkt
- 💡 **11%** even vaak berichten bekijkt en post
- 💡 **2%** vaker berichten post

Om te onderzoeken in hoeverre jongeren belang hechten aan sociale status is aan hen gevraagd hoe belangrijk zij het aantal volgers en likes op hun posts vinden. Er is te zien dat 22% van de jongeren het aantal volgers op Instagram (heel) belangrijk vindt. 29% van de jongeren vindt het aantal likes op hun posts op Instagram (heel) belangrijk.

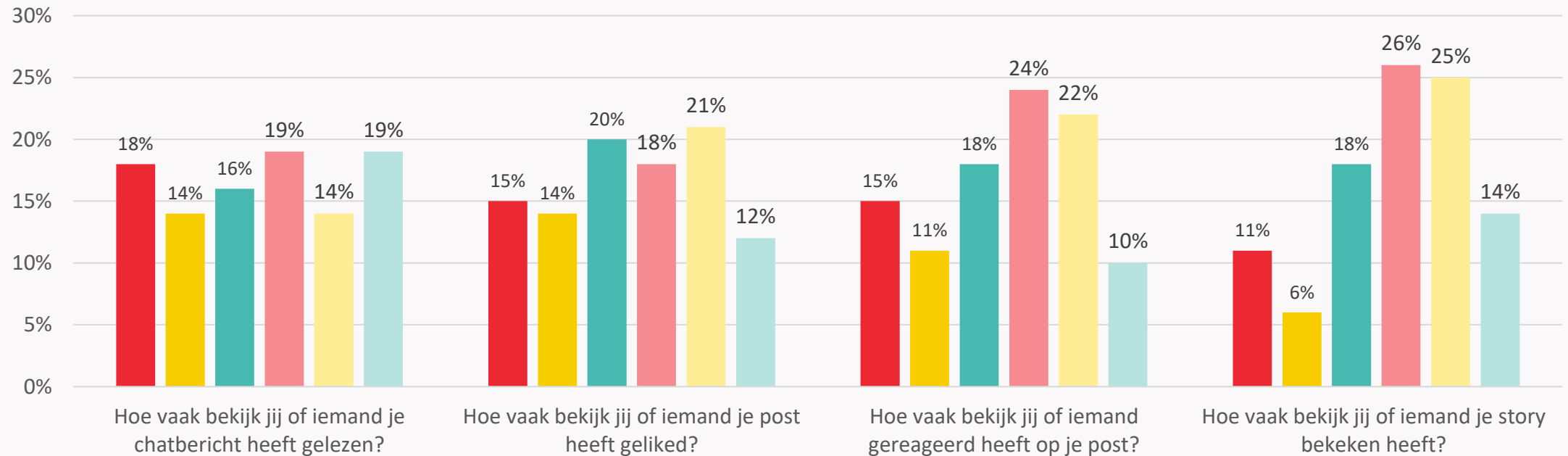


04| RESULTATEN INSTAGRAM

20

De resultaten van de focusgroepen laten zien dat jongeren elkaar controleren op het gebied van reageren op berichtjes. Om dit verder te onderzoeken is er aan de jongeren gevraagd hoe vaak zij controleren of iemand hun bericht of post gelezen, bekeken of geliked heeft. Er is te zien dat één op de drie jongeren ieder half uur of vaker controleert of iemand hun chatbericht op Instagram gelezen heeft. Bijna de

helft van de jongeren controleert ieder uur of vaker of iemand hun post geliked heeft op Instagram. 66% van de jongeren bekijkt ieder uur of vaker of iemand op hun post gereageerd heeft en 35% van de jongeren bekijkt ieder uur of vaker of iemand hun Instagram story bekeken heeft.

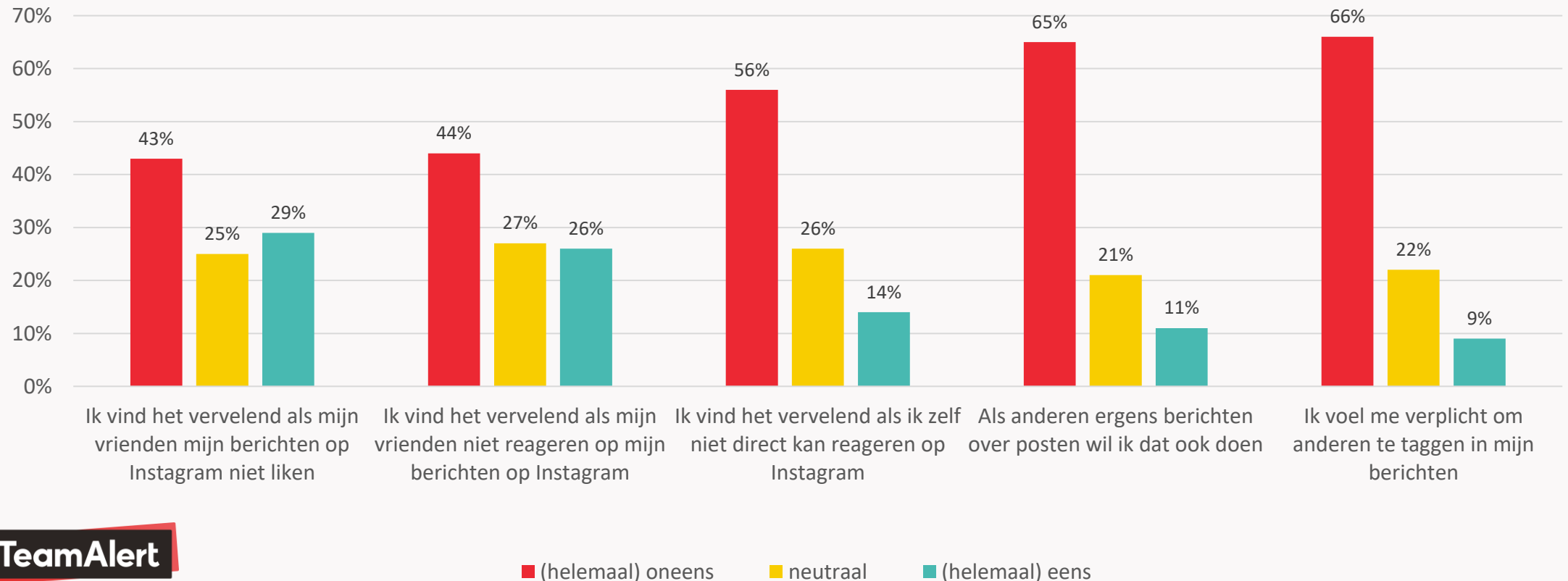


04| RESULTATEN INSTAGRAM

21

Vervolgens kregen de jongeren een aantal vragen over sociale druk. Er is te zien dat ruim een kwart van de jongeren het vervelend vindt wanneer hun vrienden hun berichten op Instagram niet liket of niet reageert op hun berichten op Instagram. Meer dan de helft van de jongeren vindt het echter niet vervelend wanneer zij zelf

niet direct kunnen reageren op de berichten van hun vrienden. Slechts één op de tien jongeren voelt de behoefte om ook over iets te posten wanneer anderen dat doen en maar één op de tien jongeren voelt zich verplicht om anderen te taggen in hun berichten op Instagram.

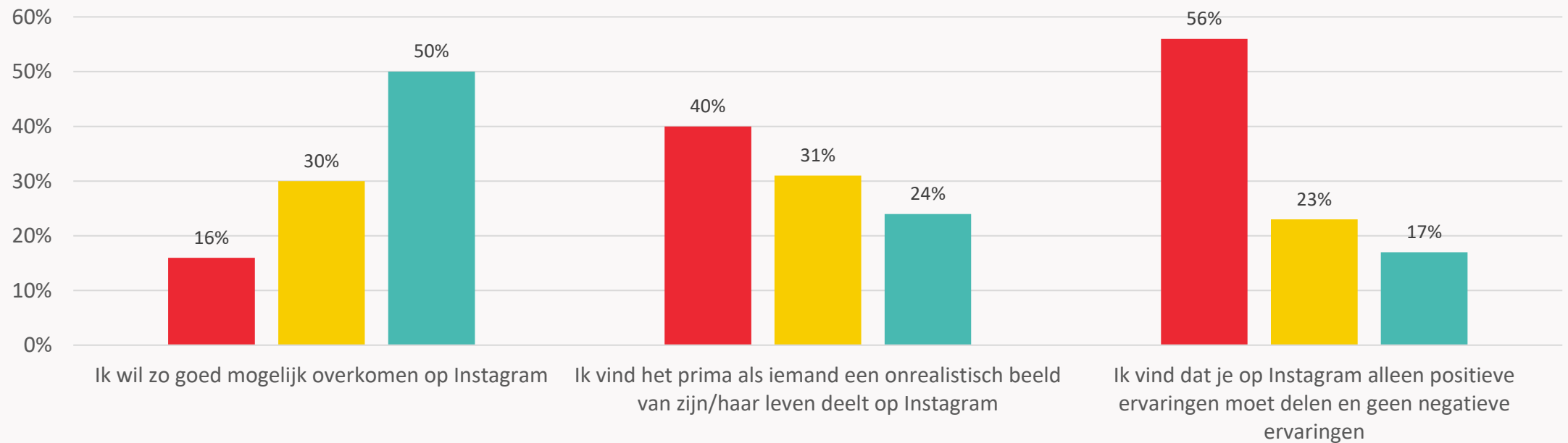


04| RESULTATEN INSTAGRAM

22

Daaropvolgend kregen de jongeren een aantal stellingen te zien die te maken hebben met zelfpresentatie op Instagram, op basis van een aantal overtuigingen die in de focusgroepen naar voren kwamen. De helft van de jongeren wil zo goed mogelijk overkomen op Instagram. Een kwart van de jongeren vindt het prima als

iemand een onrealistisch beeld van hun leven deelt op Instagram, 40% van de jongeren is het echter oneens met deze stelling. Meer dan de helft van de jongeren is het (helemaal) oneens met de stelling dat op Instagram alleen positieve ervaringen gedeeld moeten worden.

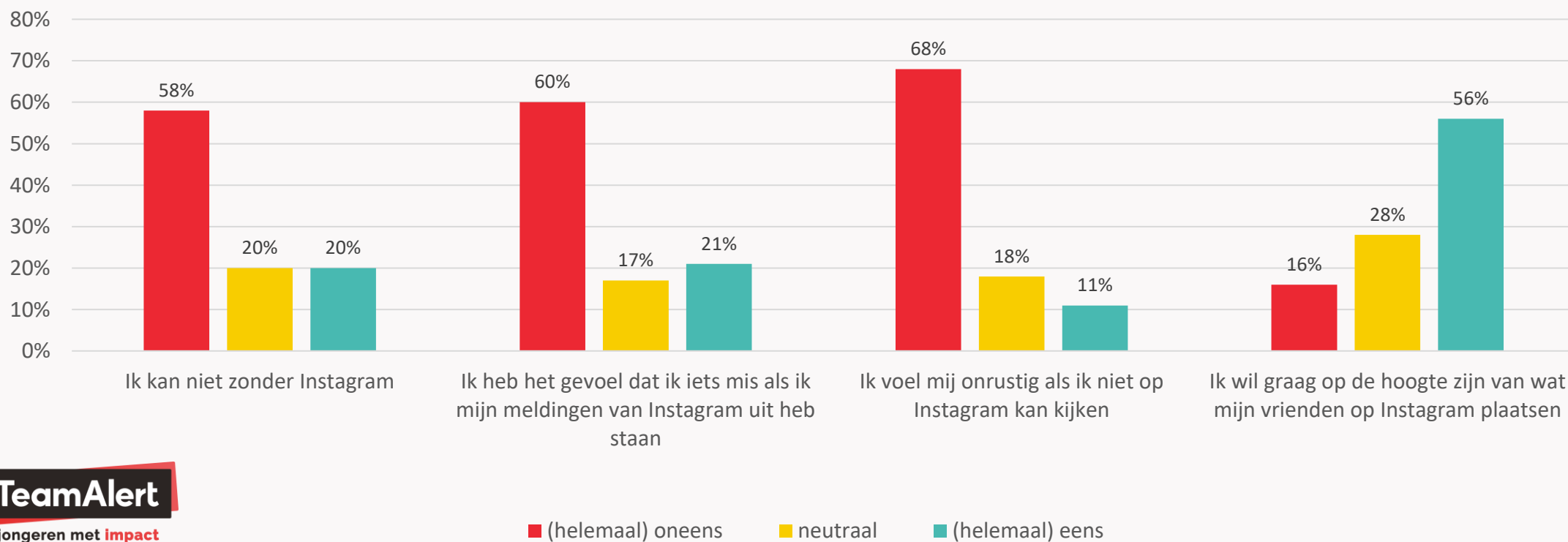


04| RESULTATEN INSTAGRAM

23

Tot slot kregen de jongeren die de vragenlijst over Instagram hebben ingevuld een aantal stellingen te zien die te maken hebben met *Fear Of Missing Out* (FOMO). Op het gebied van FOMO is te zien dat één op de vijf jongeren aangeeft niet zonder Instagram te kunnen. Eén op de vijf jongeren geeft ook aan dat zij het gevoel hebben dat zij dingen missen, wanneer zij de meldingen van Instagram uit zouden zetten.

Eén op de tien jongeren voelt zich onrustig als zij niet op Instagram kunnen kijken. Ook wil meer dan helft van de jongeren graag op de hoogte zijn van wat hun vrienden op Instagram plaatsen.



04| CONCLUSIE INSTAGRAM

Uit de focusgroepen naar socialmediagebruik onder jongeren kwamen vijf thema's naar voren die relevant zijn het kanaal Instagram: reden voor gebruik, sociale status, sociale druk, zelfpresentatie en FOMO. Deze thema's zijn verder onderzocht doormiddel van een vragenlijstonderzoek.

Reden voor gebruik

De resultaten van de vragenlijst laten zien dat jongeren Instagram vooral gebruiken voor het delen van foto's en video's. De belangrijkste redenen om Instagram te gebruiken zijn om op de hoogte te blijven van het leven van vrienden, het leven van bekende mensen en om aan anderen te laten zien wat zij meemaken. Vier op de vijf jongeren gebruikt Instagram vooral om te kijken wat anderen posten.

Sociale status

De meerderheid van de jongeren lijkt geen tot weinig waarde te hechten aan indicatoren van sociale status op Instagram. Twee op de drie jongeren geeft aan het niet belangrijk te vinden of neutraal te zijn over hoeveel likes hun Instagramposts krijgen. Vier op de vijf jongeren is neutraal of vindt het onbelangrijk hoeveel volgers zij hebben op Instagram.

Sociale druk en controle

Er is te zien dat de helft van de jongeren actief én op korte termijn (binnen een uur of minder) controleert of anderen hun berichtjes/posts op Instagram gezien en geliked hebben en of zij hierop gereageerd hebben. Eén op de drie jongeren geeft aan het vervelend te vinden wanneer hun vrienden hun posts niet liken op

Instagram, een kwart vindt het vervelend als hun vrienden niet reageren op hun posts.

Zelfpresentatie

De helft van de jongeren vindt het belangrijk om zo goed mogelijk op Instagram over te komen. Twee op de vijf jongeren vindt het vervelend als anderen een onrealistisch beeld delen, een kwart van de jongeren vindt dit echter niet erg. Deze resultaten laten zien dat jongeren het belangrijk vinden om zich goed te voor te doen, maar dat zij het over het algemeen wel belangrijk vinden dat dit beeld realistisch blijft. Dit sluit aan bij het feit dat de helft van de jongeren vindt dat Instagram niet alleen voor het delen van positieve ervaringen is.

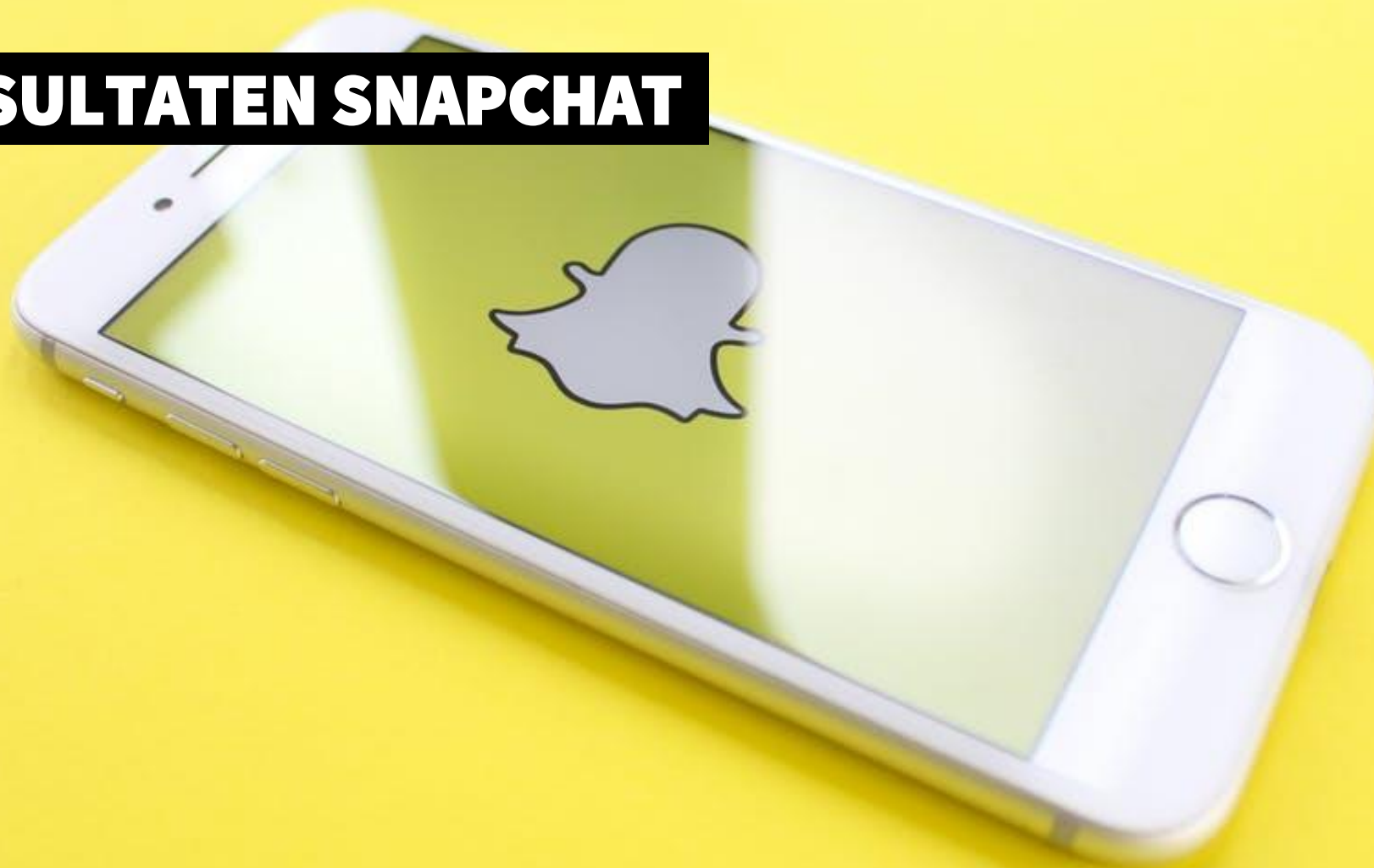
FOMO

De meerderheid van de jongeren ervaart FOMO rondom Instagram. Drie op de vijf jongeren geeft aan niet zonder Instagram te kunnen, bang te zijn om iets te missen wanneer de meldingen van Instagram uit staan en zich onrustig te voelen als zij niet op Instagram kunnen kijken. De helft van de jongeren wil graag op de hoogte blijven van wat vrienden op Instagram plaatsen.

Instagram gebruik samengevat

Instagram is een app die vooral gebruikt wordt om (visueel) op de hoogte te blijven van het leven van bekenden en onbekenden. Jongeren vinden het belangrijk om hiervan op de hoogte te zijn. De resultaten over Instagram illustreren dat het gebruik van dit kanaal druk met zich meebrengt. Jongeren zijn er actief mee bezig wie hun berichten gezien en geliked hebben. Zij vinden het belangrijk om zo goed mogelijk over te komen op Instagram én willen op de hoogte blijven van wat vrienden op Instagram posten. De meerderheid van de jongeren voelt zich onrustig wanneer ze Instagram niet kunnen gebruiken.

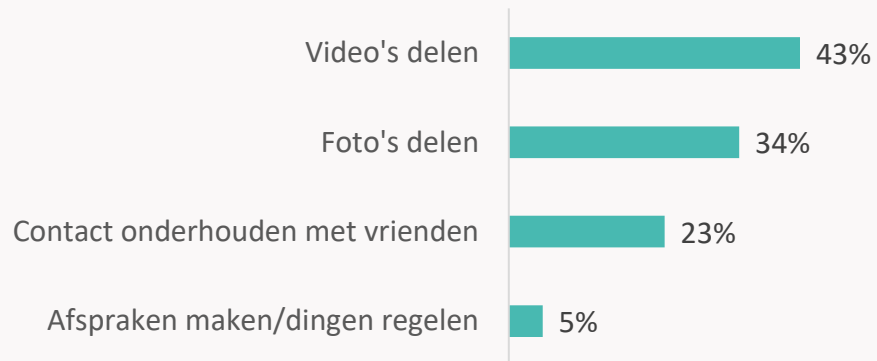
5 RESULTATEN SNAPCHAT



05| RESULTATEN SNAPCHAT

In dit hoofdstuk zullen de resultaten over het socialmediakanaal Snapchat worden besproken. Eerst zullen er een paar resultaten worden gegeven in relatie tot de gehele steekproef, vervolgens worden de resultaten besproken van deelnemers die enkel de vragen over Snapchat hebben beantwoord.

Aan alle jongeren die meededen aan het onderzoek is gevraagd in hoeverre zij gebruik maakten van Snapchat. Te zien is dat **73%** van de jongeren gebruik maakt van Snapchat. Vervolgens is aan de jongeren die Snapchat gebruiken (N = 793) gevraagd waarvoor zij Snapchat het liefst gebruiken. Er is te zien dat jongeren Snapchat het liefst gebruiken voor 'video's delen' en 'foto's delen'.

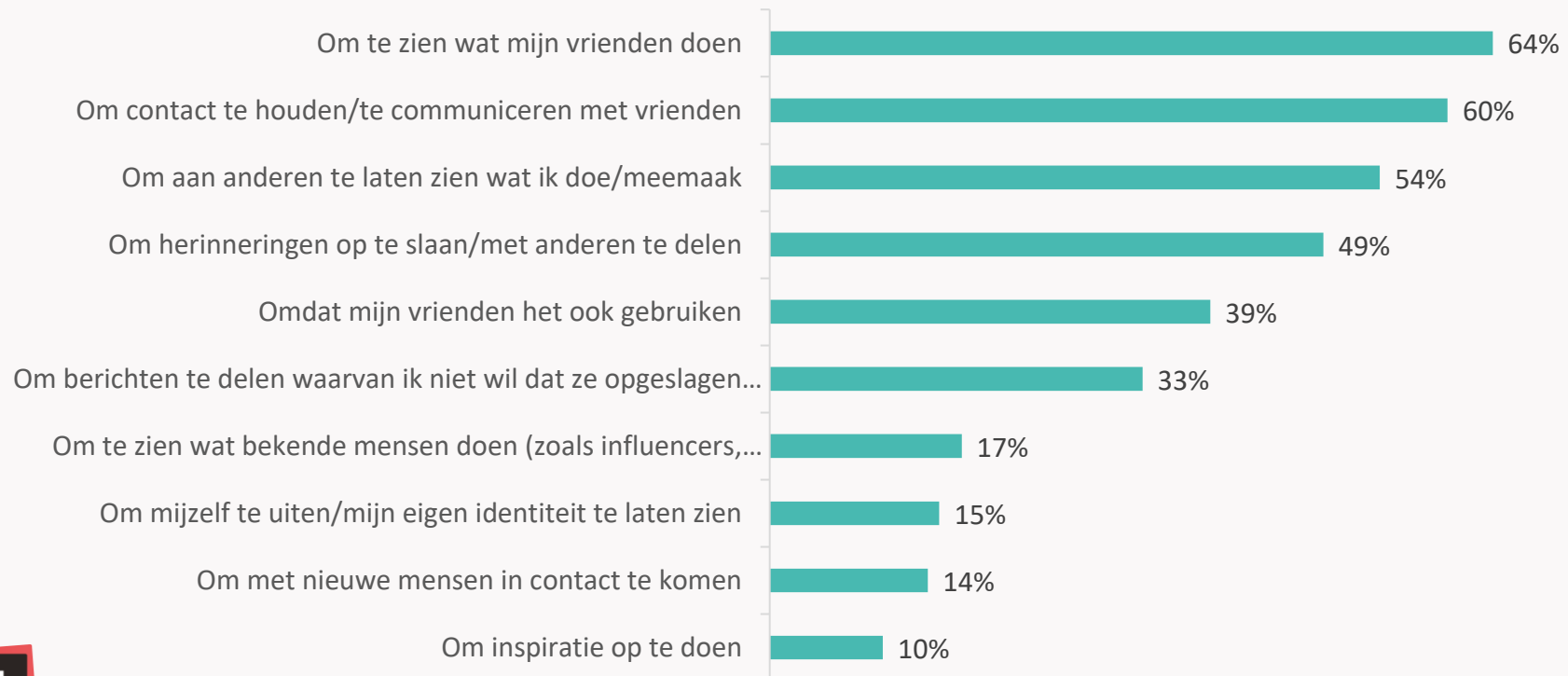


05| RESULTATEN SNAPCHAT

27

Vervolgens kregen de jongeren die de vragenlijst voor het kanaal Snapchat hebben ingevoerd (N = 334) de vraag: “waarvoor gebruik jij Snapchat weleens?”. Hierbij konden zij kiezen uit een aantal vooraf gegeven opties. Te zien is dat de meeste jongeren Snapchat gebruiken om te zien wat hun vrienden doen. Daarna wordt

Snapchat het meest gebruikt om contact te houden/te communiceren met vrienden. Op drie staat “om aan anderen te laten zien wat ik doe/meemaak”. Snapchat wordt het minst vaak gebruikt om inspiratie op te doen.



05| RESULTATEN SNAPCHAT

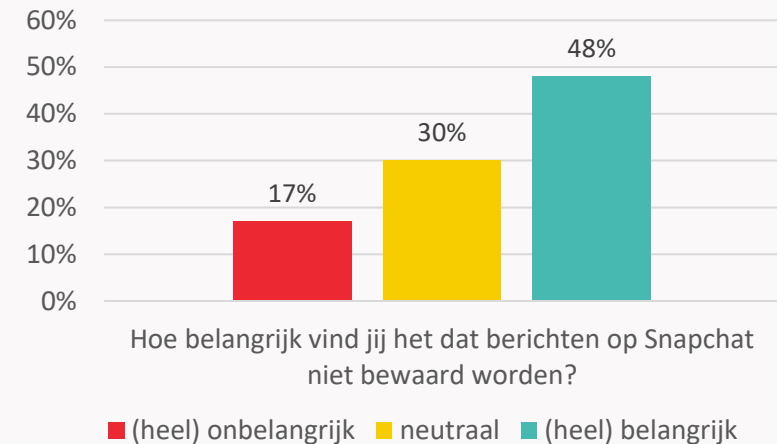
28

Daarna is er aan de deelnemers gevraagd hoe zij Snapchat gebruiken. Er is te zien dat:

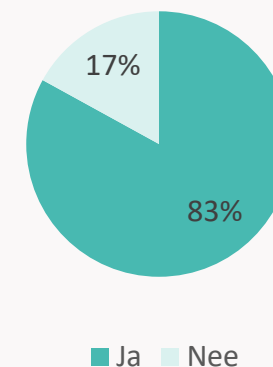
- **57%** bekijkt vaker berichten
- **34%** bekijkt en post berichten even vaak
- **7%** post vaker berichten

Een van de functionaliteiten van Snapchat is dat berichten niet worden opgeslagen. Snaps in 'mijn verhaal' en in groepschats worden automatisch na 24 uur verwijderd. Privé Snaps en chatberichten worden automatisch verwijderd wanneer beide gebruikers ze gezien hebben. Uit de focusgroepen kwam naar voren dat jongeren het belangrijk vinden dat hun berichten niet bewaard worden op Snapchat.

De resultaten van de vragenlijst bevestigen dit, bijna de helft van de jongeren vindt het (heel) belangrijk dat hun berichten niet bewaard worden. Van de jongeren die dit belangrijk vinden kiest vier op de vijf jongeren weleens voor Snapchat in plaats van een ander kanaal.



Kies jij wel eens voor Snapchat in plaats van andere sociale media omdat Snapchat je berichten niet bewaard? (N = 161)

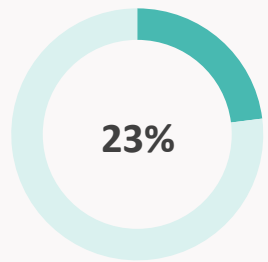


05| RESULTATEN SNAPCHAT

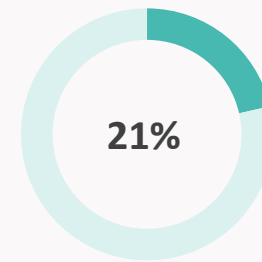
29

Binnen Snapchat zijn er meerdere functionaliteiten aanwezig die er voor zorgen dat een gebruiker regelmatig terugkeert naar de app. Dit zijn de streak/Snapreeks, dit betekent dat je al meer dan drie dagen op rij binnen 24 uur een snap naar elkaar gestuurd hebt. Snapchat houdt vervolgens bij hoe lang je snapreeks duurt. Daarnaast zijn er ook vrienden-emoji's die je kunt verdienen, wanneer iemand je beste vriend is (de personen waarmee je het vaakst Snapt en

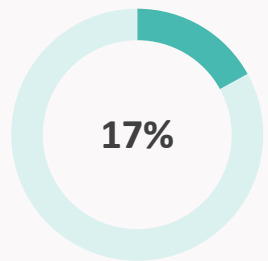
chat) krijg je een smiley, na twee weken verandert deze smiley in een hartje en na twee maanden verandert het hartje in een dubbel hartje. Tot slot kun je een Snapchatscore verdienen die berekend wordt op basis van onder andere het aantal Snaps dat iemand verstuurt en ontvangt. Hieronder is te zien hoe belangrijk jongeren deze functionaliteiten vinden.



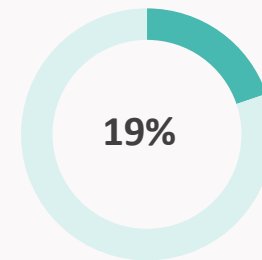
Vindt het (heel) belangrijk om een streak/Snapreeks bij te houden.



Vindt de vrienden-emoji's (heel) belangrijk



Vindt het aantal contacten op Snapchat (heel) belangrijk.



Vindt het aantal contacten op Snapchat (heel) belangrijk.

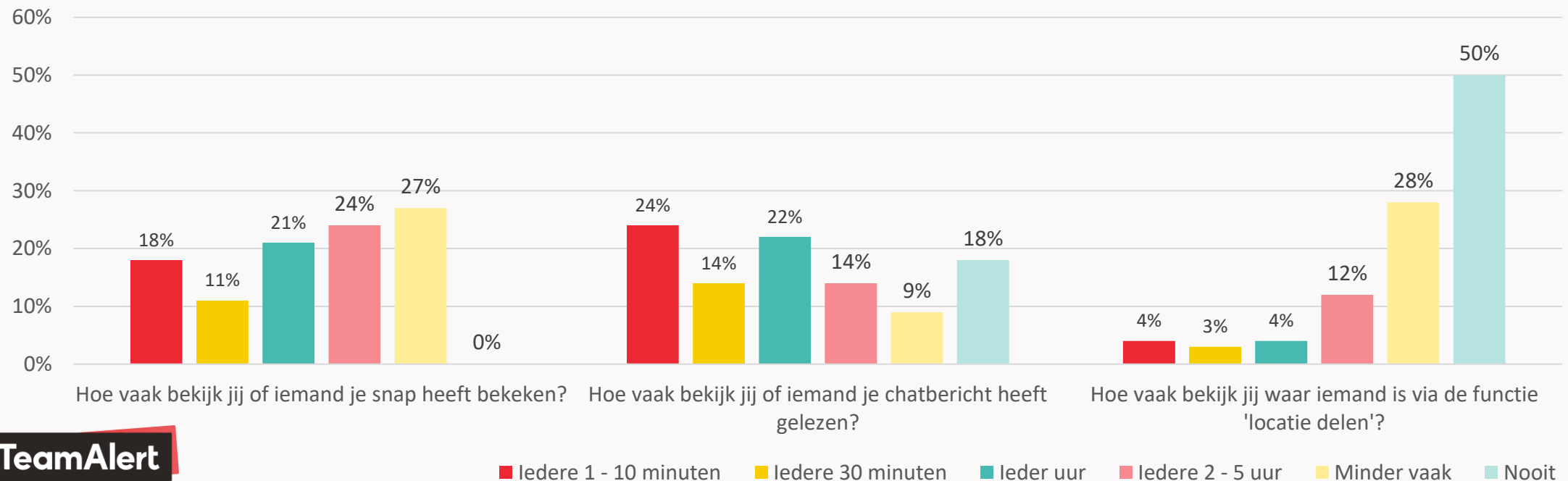
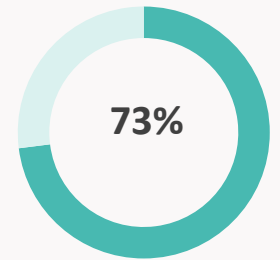
05| RESULTATEN SNAPCHAT

30

De resultaten van de focusgroepen laten zien dat jongeren elkaar controleren op het gebied van reageren op berichtjes. Om dit verder te onderzoeken is er aan de jongeren gevraagd hoe vaak zij controleren of iemand hun snap of chatbericht heeft gelezen of bekeken. De helft van de jongeren kijkt ieder uur of vaker of iemand hun snap bekeken heeft. Drie op de vijf jongeren kijkt ieder uur of vaker of iemand hun chatbericht op Snapchat gelezen heeft.

Een andere manier om sociale controle uit te oefenen op Snapchat is door het bekijken van iemands locatie, de helft van de jongeren gebruikt deze functie weleens. 23% van de jongeren gebruikt deze functie iedere 5 uur of vaker.

Daarnaast is aan de jongeren gevraagd of zij weleens het internet van hun smartphone uitzetten om berichtjes te bekijken zonder dat iemand dit kan zien. Iets meer dan een kwart van de jongeren geeft aan dit een enkele keer tot (bijna) altijd te doen, driekwart van de jongeren doet dit nooit.

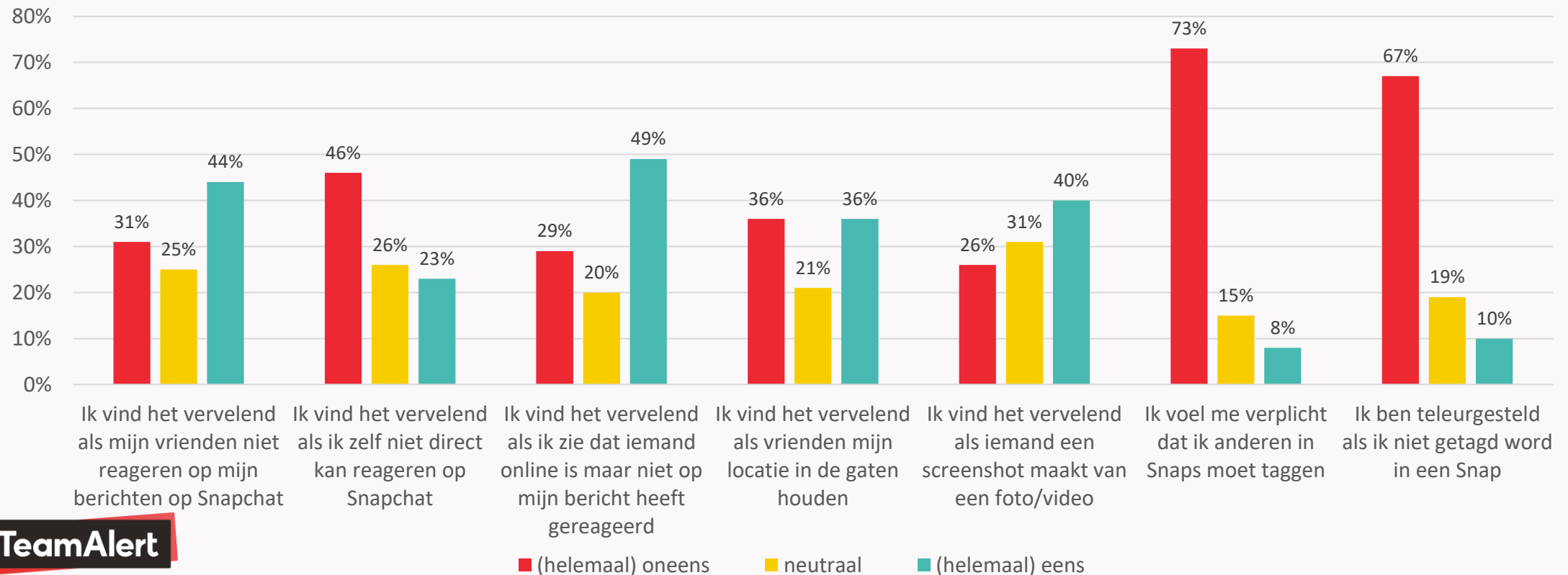


05| RESULTATEN SNAPCHAT

31

Twee op de vijf jongeren vindt het vervelend als hun vrienden niet reageren op hun berichten op Snapchat. Eén op de vijf jongeren vindt het vervelend als zij zelf niet direct kunnen reageren. De helft van de jongeren vindt het vervelend als zij zien dat iemand online is maar niet op hun bericht heeft gereageerd. Ruim één derde van de jongeren vindt het vervelend als vrienden hun locatie in de gaten houden. Twee op

de vijf jongeren vindt het vervelend als iemand een screenshot maakt van een foto of video op Snapchat. Eén op de tien jongeren voelt zich verplicht om anderen te taggen in hun Snaps en één op de tien jongeren is teleurgesteld wanneer zij niet getagd worden in een Snap.

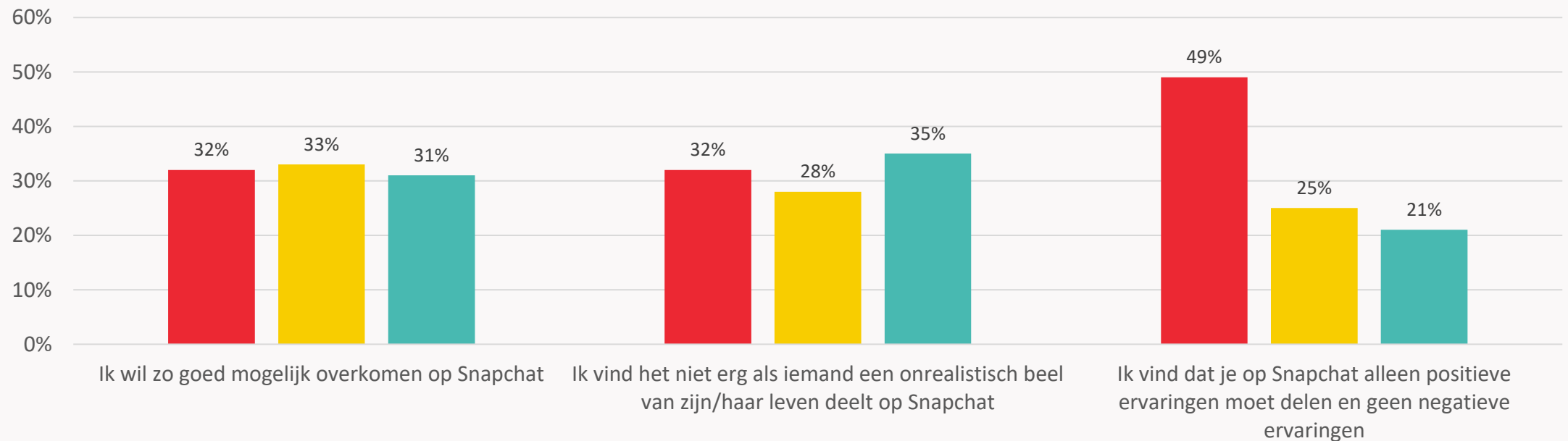


05| RESULTATEN SNAPCHAT

32

Vervolgens kregen de jongeren een aantal stellingen te zien die te maken hebben met zelfpresentatie op Snapchat, op basis van een aantal overtuiging die in de focusgroepen naar voren kwamen. Eén derde van de jongeren wil zo goed mogelijk overkomen op Snapchat. Eén derde van de jongeren vindt het vervelend als iemand een onrealistisch beeld van hun leven deelt op Snapchat. De helft van de jongeren is

het (helemaal) oneens met de stelling dat op Snapchat alleen positieve ervaringen gedeeld moeten worden, één op de vijf jongeren is het (helemaal) eens met deze stelling.

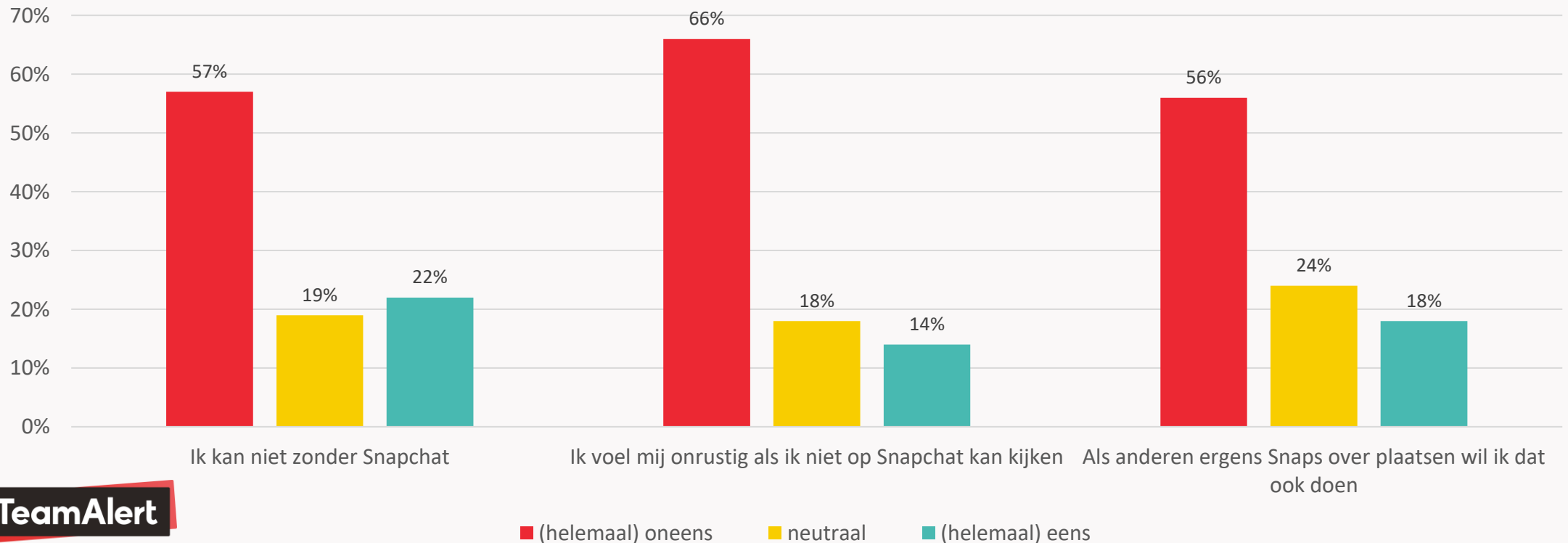


05| RESULTATEN SNAPCHAT

33

Tot slot kregen de jongeren een aantal stellingen te zien die te maken hebben met *Fear Of Missing Out* (FOMO). Op het gebied van FOMO is te zien dat één op de vijf jongeren aangeeft niet zonder Snapchat te kunnen. Ruim één op de tien jongeren voelt zich onrustig als zij niet op Snapchat kunnen kijken. En één op de vijf jongeren

geeft aan ook een Snap te willen plaatsen over een onderwerp wanneer anderen dat doen.



05| CONCLUSIE SNAPCHAT

34

Uit de focusgroepen naar socialmediagebruik onder jongeren kwamen vijf thema's naar voren die relevant zijn voor het kanaal Snapchat: reden voor gebruik, sociale druk, controle, zelfpresentatie en FOMO. Deze thema's zijn verder onderzocht doormiddel van een vragenlijstonderzoek.

Reden voor gebruik

De resultaten van de vragenlijst laten zien dat jongeren Snapchat vooral gebruiken voor het delen van video's en foto's. De belangrijkste redenen om Snapchat te gebruiken zijn om op de hoogte te blijven van het leven van vrienden, te communiceren met vrienden en om aan anderen te laten zien wat zij meemaken. De helft van de jongeren gebruikt Snapchat vooral passief, zij kijken meer dan dat zij posten.

Sociale druk en controle

Snapchat heeft een aantal functionaliteiten die deze app anders maken dan andere sociale media. Een van deze functionaliteiten is dat berichten niet worden opgeslagen door Snapchat. Iets minder dan de helft van de jongeren vindt het (heel) belangrijk dat Snapchat hun berichten niet opslaat. Van de jongeren die dit belangrijk vindt kiezen vier op de vijf jongeren bewust weleens voor Snapchat in plaats van een andere app om berichten mee te sturen. Uit de focusgroepen blijkt dat jongeren dit vooral doen om 'gevoelige' berichten te sturen, zodat ze zeker weten dat anderen deze berichten niet opslaan en doorsturen.

Twee op de vijf jongeren vindt het dan ook vervelend als anderen een screenshot maken van hun berichten/Snaps.

Daarnaast is het op Snapchat ook mogelijk om punten te verdienen, een Snapreeks bij te houden en vrienden-emoji's te verzamelen. Over het algemeen vinden jongeren deze functies niet belangrijk, ongeveer één op de vijf jongeren vindt het bijhouden van deze functies (heel) belangrijk.

Jongeren controleren ook op Snapchat of anderen hun Snaps hebben bekeken en chatberichten hebben gelezen. De helft van de jongeren doet dit ieder uur of vaker. Daarnaast is er op Snapchat de mogelijkheid om iemands locatie te bekijken. Een kwart van de jongeren maakt iedere vijf uur of vaker gebruik van deze functie. Een kwart van de jongeren zet het internet op hun telefoon weleens uit om Snaps en berichtjes te kunnen bekijken zonder dat anderen dat kunnen zien.

Aansluitend bij de controle die jongeren op elkaar uitoefenen op het gebied van het lezen van berichtjes is te zien dat een deel van de jongeren het ook daadwerkelijk vervelend vindt wanneer anderen niet op hun berichtjes reageren. Twee op de vijf vindt het vervelend als anderen niet reageren op hun berichten. De helft van de jongeren vindt het vervelend als ze zien dat iemand online is geweest maar nog niet gereageerd heeft.

TeamAlert

jongeren met **impact**

05| CONCLUSIE SNAPCHAT

Zelfpresentatie

Voor het grootste deel van de jongeren is een goede en realistische zelfpresentatie niet heel belangrijk op Snapchat. Eén derde van de jongeren vindt het belangrijk om zo goed mogelijk over te komen op Snapchat. Maar één derde van de jongeren vindt het vervelend als anderen een onrealistisch beeld van hun leven delen op Snapchat.

FOMO

Jongeren ervaren FOMO door het gebruik van Snapchat. Ruim de helft van de jongeren geeft aan niet zonder Snapchat te kunnen en twee derde van de jongeren voelt zich onrustig als zij niet op Snapchat kunnen kijken.

Snapchat gebruik samengevat

Snapchat is een app die qua gebruiksfunctie tussen WhatsApp en Instagram in zit. De app wordt gebruikt als entertainmentkanaal om op de hoogte te blijven van anderen maar ook als (visueel) communicatiekanaal. Jongeren die het belangrijk vinden dat Snapchat berichten niet opslaat kiezen er bewust voor om dit kanaal te gebruiken om met elkaar te communiceren.

Jongeren ervaren en oefenen ook druk uit rondom op de hoogte blijven van elkaar en op elkaar reageren. Zij controleren actief én zeer regelmatig wie hun berichten gezien hebben. Daarnaast ervaren zij onrust wanneer zij niet op Snapchat kunnen kijken.



6 RESULTATEN VERKEER

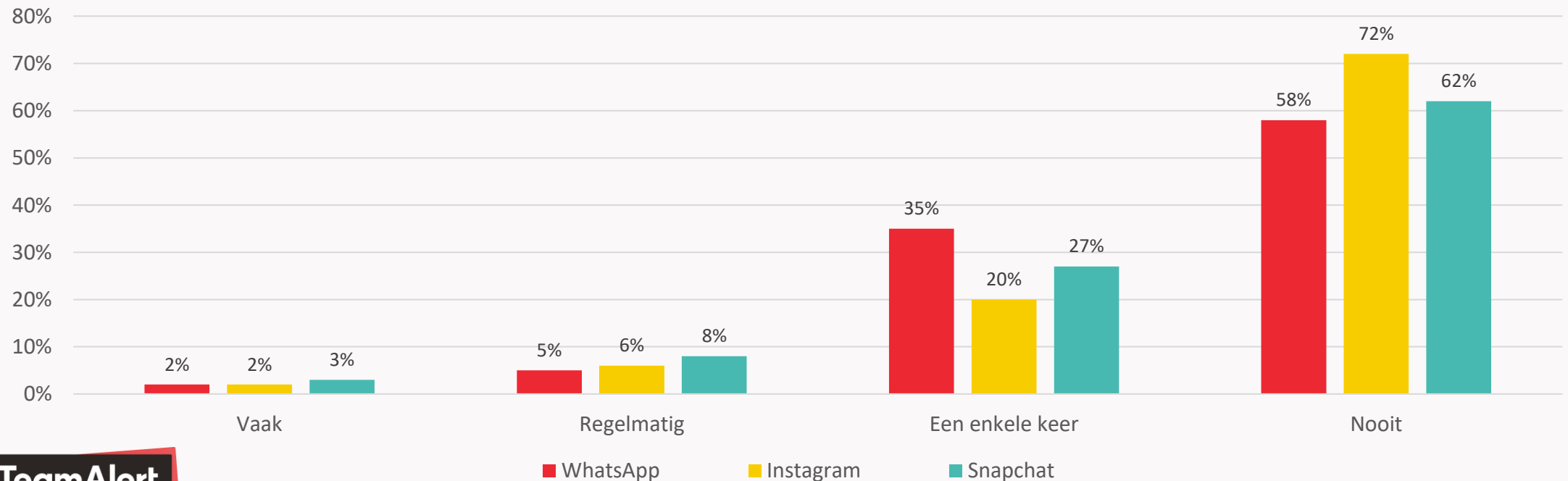
06| RESULTATEN VERKEER

37

Tot slot is er aan de jongeren gevraagd of zij wel eens social media gebruiken terwijl zij op de fiets zitten. De jongeren hebben deze vraag beantwoord voor het kanaal waarover zij de vragenlijst invulden. Er is te zien dat WhatsApp het vaakst gebruikt wordt op de fiets, 42% van de jongeren gebruikt vaak tot een enkele keer WhatsApp op de fiets. Snapchat wordt na WhatsApp het vaakst gebruikt op de fiets, 38% van de jongeren gebruik vaak tot een enkele keer Snapchat op de fiets. Wanneer er echter gekeken wordt naar vaak tot regelmatig gebruik is er te zien dat Snapchat meer gebruikt wordt op de fiets dan WhatsApp (11% vs. 7%). Instagram wordt het

minst vaak gebruikt op de fiets, 28% van de jongeren gebruikt vaak tot een enkele keer Instagram op de fiets.

Dit beeld sluit aan bij de functies waarvoor deze kanalen gebruikt worden. WhatsApp wordt voornamelijk gebruikt voor communicatie, terwijl Instagram voornamelijk gebruikt wordt voor entertainment. Snapchat is hierin een combinatie van beide apps.



7 CONCLUSIE & AANBEVELINGEN

07| CONCLUSIE & AANBEVELINGEN

39

In dit hoofdstuk wordt een algemene conclusie gegeven op basis van de resultaten van de drie verschillende socialmediakanalen. Als eerste zullen de belangrijkste resultaten per kanaal kort worden samengevat. Vervolgens wordt er een overkoepelende conclusie gegeven over de drie kanalen samen. Tot slot volgen een aantal aanbevelingen op basis van de resultaten van het onderzoek.

WhatsApp

Het socialmediakanaal WhatsApp wordt door jongeren voornamelijk gebruikt om met elkaar te communiceren: zowel voor dingen regelen en het maken van afspraken als het contact onderhouden met vrienden. Voor de meerderheid van de jongeren is WhatsApp onmisbaar in hun leven, drie op de vijf jongeren geeft aan niet zonder WhatsApp te kunnen.

Zo snel mogelijk reageren op WhatsApp is de norm onder jongeren. De helft van hen verwacht binnen 30 minuten een reactie op WhatsApp, een kwart verwacht zelfs binnen 5 minuten een reactie. Jongeren zijn er dan ook actief mee bezig of anderen hun berichten hebben gelezen of niet. Vier op de vijf jongeren maakt gebruik van de 'blauwe vinkjes' binnen WhatsApp, een functionaliteit waarmee je kunt zien of iemand je bericht gelezen heeft of niet. De helft van de jongeren geeft aan deze vinkjes te gebruiken om te controleren of hun bericht gelezen is. Driekwart van de jongeren vindt het vervelend om te zien dat hun bericht gelezen is, maar dat er nog niet gereageerd is op hun bericht.

Instagram

Het kanaal Instagram wordt door jongeren voornamelijk gebruikt om op de hoogte te blijven van elkaars leven en het leven van bekende personen. Instagram wordt voornamelijk gebruikt voor het posten van foto's en video's en vrijwel niet voor communicatie. Voor de meerderheid van de jongeren is Instagram onmisbaar in hun leven, drie op de vijf jongeren geeft aan niet zonder Instagram te kunnen.

Ook op Instagram zijn jongeren er actief mee bezig of hun posts en berichtjes al bekeken of geliked zijn en of er al gereageerd is op hun berichtjes. De helft van de jongeren controleert dit ieder uur of vaker. Drie op de vijf jongeren geeft dan ook aan dat zij zich onrustig voelen wanneer zij niet op Instagram kunnen kijken.

Snapchat

Het kanaal Snapchat wordt door jongeren voornamelijk gebruikt om op de hoogte te blijven van elkaars leven. Het kanaal wordt voornamelijk gebruikt voor het posten van video's en foto's, maar in tegenstelling tot Instagram wordt het kanaal ook gebruikt om contact te onderhouden met vrienden. Snapchat lijkt hierin de functies van WhatsApp en Instagram voor een gedeelte te combineren. De helft van de jongeren vindt Snapchat onmisbaar, zij geven aan niet zonder deze app te kunnen.

Een reden waarom sommige jongeren Snapchat verkiezen boven bijvoorbeeld WhatsApp is dat op Snapchat berichten niet opgeslagen worden. Daarnaast kan er geen screenshot worden gemaakt van foto's of berichten zonder dat de andere gebruiker daar een melding van krijgt. Bijna de helft van de jongeren vindt het belangrijk dat hun berichten niet worden opgeslagen op Snapchat. Van de jongeren die dit belangrijk vindt, verkiezen vier op de vijf om deze reden weleens Snapchat boven een ander kanaal.

07| CONCLUSIE & AANBEVELINGEN

40

Ook op Snapchat zijn jongeren er actief mee bezig of anderen hun Snap of berichtje al gezien hebben. De helft van de jongeren controleert dit ieder uur of vaker. De helft van de jongeren vindt het dan ook vervelend om te zien als iemand online is geweest maar nog niet gereageerd heeft op hun bericht. Op Snapchat is er ook de mogelijkheid om elkaars locatie te bekijken. De helft van de jongeren maakt wel eens gebruik van deze functie, een kwart van de jongeren doet dit iedere vijf uur of vaker. Ook bij Snapchat is er te zien dat jongeren zich onrustig voelen wanneer zij geen gebruik kunnen maken van de app, bij dit kanaal is dit voor twee op de drie jongeren het geval.

De drie kanalen samen

Te zien is dat er veel overeenstemming is tussen de resultaten van de verschillende kanalen, ook al verschillen deze kanalen (gedeeltelijk) in functie. Daarnaast sluiten de resultaten goed aan bij het beeld dat door de focusgroepen geschetst is. Bij alle drie de kanalen is er veel sprake van onderlinge controle. Jongeren zijn er zeer actief mee bezig of er al gereageerd, geliked of gekeken is naar hun berichten, posts of Snaps.

Voor berichtjes op alle kanalen geldt dan ook dat berichtjes bekijken of online zijn zonder te reageren 'not done' is. Daarnaast is zo snel mogelijk reageren de norm. Op WhatsApp verwacht de helft van de jongeren binnen dertig minuten een antwoord op hun bericht, een kwart van de jongeren verwacht dit binnen vijf minuten.

Meer jongeren vinden WhatsApp en Instagram onmisbaar in hun leven, drie op de vijf jongeren geven aan niet zonder deze kanalen te kunnen. De helft van de jongeren geeft aan niet zonder Snapchat te kunnen. De meerderheid van de jongeren voelt zich dan ook onrustig wanneer zij niet op social media kunnen kijken. Dit geldt voor drie op vijf jongeren bij Instagram en twee op de drie jongeren bij Snapchat.

Deze resultaten illustreren dat jongeren veel sociale druk ervaren en uitoefenen door constant te kijken, controleren en zo snel mogelijk te reageren op WhatsApp, Instagram en Snapchat. Jongeren houden dit samen in stand, de meerderheid van de jongeren besteed hier veel tijd en aandacht aan in hun dagelijkse leven. Het gebruik van social media voelt voor hen dan ook als onmisbaar, en zorgt voor de meerderheid van de jongeren ook voor onrust in hun leven.

De resultaten verklaren dan ook waarom jongeren hun smartphone zo veel gebruiken. Eerder onderzoek naar socialmediagebruik onder jongeren laat zien dat jongeren gemiddeld dagelijks ruim drie uur van social media gebruik maken (TeamAlert, 2020a). De sociale druk die zij voelen en uitoefenen en de onrust die dit veroorzaakt zorgt er ook voor dat zij hun telefoon soms in ongepaste situaties gebruiken, bijvoorbeeld terwijl zij op de fiets zitten. Er is dan ook te zien dat twee op de vijf jongeren weleens gebruik maakt van WhatsApp terwijl zij op de fiets zitten.

07| CONCLUSIE & AANBEVELINGEN

41

Uit de focusgroepen blijkt echter dat jongeren deze druk om constant op de hoogte te zijn niet als vervelend ervaren, dit hoort volgens hen bij het gebruik van social media. De vraag is dan ook in hoeverre onrust en gevoelens van druk en stress problematisch zijn in de levens van jongeren, wanneer zij dit zelf niet als storend ervaren. Onderzoek laat echter zien dat de psychische ongezondheid van jongeren de afgelopen jaren zeer licht gestegen is. Hoewel deze cijfers niet in verband te brengen zijn met socialmediagebruik, laten focusgroepen onder jongeren wel zien dat jongeren veel stress ervaren in hun dagelijks leven. Deze stress heeft onder andere te maken met het voldoen aan verwachtingen en 'het perfecte plaatje' (RIVM, Trimbos & Amsterdam UMC, 2019).

Aanbevelingen

Ongeacht of jongeren hun socialmediagebruik als problematisch ervaren, is te zien dat socialmediagebruik mogelijk een negatieve invloed op het leven van jongeren heeft in verschillende situaties. Naast dat het zorgt voor stress en onrust, kan de druk om op de hoogte te blijven en te reageren er ook voor zorgen dat jongeren op ongepaste momenten hun telefoon gebruiken. Bijvoorbeeld terwijl zij zouden moeten slapen, huiswerk maken, of terwijl zij op de fiets zitten. Het is daarom van belang dat jongeren minder druk ervaren om constant op de hoogte te zijn van en zo snel mogelijk te reageren op social media.

Gedragsveranderingscampagnes of -interventies op het gebied van de sociale norm rondom socialmediagebruik zijn mogelijk interessant om het gedrag van jongeren te beïnvloeden rondom socialmediagebruik. Door een nieuwe sociale norm te creëren die inspeelt op het op de hoogte zijn en zo snel mogelijk reageren kan deze stress, onrust en mogelijk ongepast gebruik verminderd worden.

Daarnaast zijn het ontwikkelen van vaardigheden zoals weerbaarheid en zelfcontrole van belang om weerstand te kunnen bieden aan de druk van socialmediagebruik en de bijbehorende verwachtingen.

8 BRONNEN

08| BRONNEN

43

Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among Flemish adolescents. *International journal of environmental research and public health*, 15(10), 2319.

McRoberts, S., Ma, H., Hall, A., & Yarosh, S. (2017). Share first, save later: Performance of self through Snapchat stories. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 6902-6911).

Newcom. (2020) Nationale Social Media Onderzoek 2020. Geraadpleegd via: <https://www.newcom.nl/socialmedia2020>

One4Marketing. (2020). De sociale media van de afgelopen 10 jaar (infographic). [www.one4marketing.nl. https://www.one4marketing.nl/blog/bid/185514/dit-zijn-de-sociale-media-van-de-afgelopen-10-jaar-infographic](https://www.one4marketing.nl/blog/bid/185514/dit-zijn-de-sociale-media-van-de-afgelopen-10-jaar-infographic)

RIVM, Trimbos-instituut & Amsterdam UMC. (2019). Mentale gezondheid van jongeren: enkele cijfers en ervaringen. Geraadpleegd via: https://www.rivm.nl/sites/default/files/2019-05/011281_120429_RIVM%20Brochure%20Mentale%20Gezondheid_V7_TG.pdf

Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation validation: The role of social comparison in use of Instagram among emerging adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142-149.

TeamAlert. (2020a). FOMO JOMO determinanten toetsing. Utrecht: TeamAlert.

TeamAlert. (2020b). Mediagebruik onder jongeren. Utrecht: TeamAlert.

Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). "It's Just a Lot of Work": Adolescents' Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of research on adolescence*, 29(1), 196-209.

jongeren met impact



Stichting TeamAlert | 030-2232893 | info@teamalert.nl | www.teamalert.nl

© Dit voorstel is eigendom van stichting TeamAlert te Utrecht. Niets uit dit bestand mag worden gereproduceerd, publicitair worden vrijgegeven of worden uitgevoerd zonder de schriftelijke toestemmingen of de actieve medewerking van stichting TeamAlert.