

TeamAlert

jongeren met **impact**

ONDERZOEK

Mediagebruik onder jongeren

Stichting TeamAlert

Jongeren met impact

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

Onderzoek en rapportage:
Boris Peters en Gea-Marit Dekker

Juni 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

INHOUD	3
Inleiding	5
Leeswijzer	6
Het onderzoek	7
Het onderzoek	7
Onderzoeksopzet	7
Deelnemers	7
Hoofdstuk 1: Waarom gebruiken jongeren de app?	10
1.1. WhatsApp	10
1.2. Instagram	14
1.3. Snapchat	18
1.4. TikTok	22
1.5. Pesten op social media	23
1.6. Conclusie	23
Hoofdstuk 2: Sociale omgangsregels	26
2.1. WhatsApp	26
2.2. Instagram	26
2.3. Snapchat	29
2.4. Conclusie	30
Hoofdstuk 3: Zelfpresentatie	32
3.1. Achtergrond/theorie	32
3.2. WhatsApp	32
3.3. Instagram	33
3.4. Snapchat	35
3.5. Conclusie	35
Hoofdstuk 4: Sociale druk	38
4.1. Achtergrond	38
4.2. WhatsApp	38
4.3. Instagram	40
4.4. Snapchat	41
4.5. Conclusie	43
Hoofdstuk 5: FOMO	45
5.1. Achtergrond/theorie	45
5.2. WhatsApp	45
5.3. Instagram	46

5.4. Snapchat	47
5.5. Conclusie	48
Hoofdstuk 6: Mediagebruik in het verkeer	50
6.1 WhatsApp in het verkeer.....	50
6.2. Instagram in het verkeer	50
6.3. Snapchat in het verkeer	51
6.4. Conclusie	51
Hoofdstuk 7: Conclusie	53
Bronvermelding	54
Bijlages.....	56
Deelnemers	56

Inleiding

Doordat jongeren veel gebruik maken van een smartphone hebben zij 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 15 en 19 jaar gebruiken dagelijks gemiddeld twee uur en ruim twintig minuten social media (NOS, 2020).

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; United Consumers, 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. 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 diepere 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 jongeren deze apps ook gebruiken.

Het is deels bekend wat voor jongeren motivaties zijn om social media te gebruiken, en ook verschillende vormen van social media. Het is echter nog niet precies duidelijk waarom jongeren dit vinden en welke gedragsmechanismen achter dit gedrag schuilen. Vanuit de literatuur zijn er een aantal gedragsmechanismen bekend waar jongeren gevoelig voor zouden zijn of door beïnvloed worden. Zo zouden jongeren veel waarde hechten aan hun sociale status. Hoe belangrijker, stoerder of knapper iemand wordt gezien, hoe beter jongeren dit zouden vinden. Dit heeft sterke raakvlakken met het Halo-effect. Dit houdt in dat de aanwezigheid van bepaalde positieve kwaliteiten de suggestie kunnen wekken dat die persoon ook andere positieve kwaliteiten bezit (Nisbett & Wilson, 1977).

Daarnaast zouden jongeren het belangrijk vinden om zichzelf op social media zo mooi en goed mogelijk te presenteren. Dit zou kunnen komen doordat zelfbeeld en zelfpresentatie met elkaar te maken lijken te hebben (Bureau Jeugd & Media, 2014). Verder zouden jongeren last ervaren van sociale druk en zou dit in de hand worden gehouden door social media. Door constant in contact te zijn met anderen en de hele tijd te vergelijken met anderen, kan er stress ontstaan bij jongeren (Mediaenmaatschappij, 2012). Als laatste heerst het idee dat jongeren bang zouden zijn om belangrijke zaken te missen die zij op social media te zien krijgen. Zaken als FOMO (fear of missing out) zouden een grote rol spelen onder jongeren door praktisch de hele dag online te zijn en direct te kunnen zien wanneer ze bepaalde evenementen missen (Over mijn like, 2019). Deze gedragsmechanismen zullen worden onderzocht per socialmediakanaal.

Ook is er uitgevraagd in welke mate mediagebruik in het verkeer een rol speelt. Aangezien afleiding door middel van de smartphone nog steeds een van de grootste risico's in het verkeer is, is het interessant om uit te zoeken hoe jongeren -zeker na het appverbod- hiermee omgaan (SWOV, 2018).

Vanuit TeamAlert was er interesse om onderzoek te doen naar het online mediagebruik op social media onder jongeren en de achterliggende gedragsmechanismen achter het online gedrag. Omdat er nog weinig bekend is over de achterliggende gedragingen, biedt dit onderzoek nieuwe inzichten in het online gedrag van jongeren en hoe jongeren online met elkaar omgaan op social media.

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). Er wordt ook nog kort

gevraagd naar de mening over TikTok. Aangezien dit kanaal qua populariteit erg hard stijgt, is het interessant om de mening hierover ook mee te nemen in het onderzoek.

Achterliggende motivaties voor het gebruik van verschillende kanalen zullen worden onderzocht. Dit wordt gedaan door middel van focusgroepen met jongeren. Dit zijn groepsinterviews waar wordt ingegaan op verschillende onderwerpen die te maken hebben met mediagebruik. De uitkomsten van deze focusgroepen zullen getoetst worden door middel van een kwantitatieve toetsing. Er zal een vragenlijst worden uitgezet onder een grote groep jongeren om de gevonden resultaten te testen.

Leeswijzer

In de komende hoofdstukken worden de details en de resultaten verder toegelicht. In het eerste hoofdstuk wordt de onderzoeksopzet besproken. Daarna worden de focusgroepen inhoudelijk gerapporteerd. Als eerste wordt specifiek per kanaal ingegaan op wat het leuk en niet leuk maakt. Er wordt per kanaal uitgezocht wat voor jongeren de functie is per kanaal en waarom jongeren het gebruiken. In de volgende hoofdstukken wordt dieper ingegaan op verschillende gedragsdeterminanten die per kanaal zijn uitgevraagd. In hoofdstuk 2 wordt de sociale omgangsregels per kanaal besproken. In hoofdstuk 3 gaat het over zelfpresentatie onder jongeren. In hoofdstuk 4 wordt sociale druk besproken en in hoofdstuk 5 gaat het om groepsdruk. Deze thema's worden aan de hand van de drie kanalen besproken. In de conclusies wordt zoveel mogelijk geprobeerd om naast de belangrijkste resultaten ook met een afstand naar de resultaten te kijken. Uit de analyse is niet alleen gebleken wat de jongeren zelf zeggen, maar is ook op te maken wat tussen de regels door blijkt en wat de jongeren indirect bedoelen. De rapportage sluit af met een aantal praktische aanbevelingen en een overzicht van de vervolgstappen in het onderzoek.

Het onderzoek

De details van de onderzoeksopzet en de kenmerken van de deelnemende jongeren worden hieronder uitgelicht, gevolgd door de resultaten van deze eerste onderzoeksfase in de volgende paragraaf.

Het onderzoek

In deze onderzoeksrapportage worden de resultaten van de focusgroepen naar mediagebruik onder jongeren weergegeven. In deze rapportage wordt uitgelicht wat de kanalen WhatsApp, Instagram en Snapchat voor jongeren zo leuk maakt en wat redenen zijn dat jongeren hier zo veel gebruik van maken. Daarnaast wordt er gekeken in hoeverre de gedragsmechanismen sociale status, zelfpresentatie, sociale druk en groepsdruk invloed hebben op het mediagebruik van jongeren.

De attitude van jongeren ten opzichte van hun mediagebruik en barrières van jongeren om een kanaal wel of niet te gebruiken, worden in kaart gebracht. Door middel van bovenstaande constructen, kan bepaald worden hoe jongeren tegen hun eigen mediagebruik aankijken. Daarnaast wordt in kaart gebracht wat deze kanalen voor jongeren betekenen.

Hoofdvraag huidige onderzoek: Wat zijn voor jongeren de belangrijkste redenen om gebruik te maken van bepaalde socialmediakanalen en in hoeverre spelen verschillende gedragsdeterminanten een rol in het dagelijkse gebruik van jongeren?

Deelvragen

1. *Waarom en hoe gebruiken jongeren social media (de kanalen WhatsApp, Instagram en Snapchat)?*
2. *In hoeverre en hoe hechten jongeren waarde aan sociale status op social media (WhatsApp, Instagram & Snapchat)*
3. *In hoeverre proberen jongeren zichzelf zo goed mogelijk te presenteren op social media?*
4. *In hoeverre hebben jongeren last van sociale druk door social media?*
5. *Hoe ervaren jongeren groepsdruk tijdens het gebruik van social media?*

Onderzoeksopzet

Via zes focusgroepen is deze informatie verzameld door met een gemengde groep jongeren om tafel te zitten. Tijdens de focusgroepen zijn de deelnemers onder leiding van een gedragsonderzoeker met elkaar in gesprek gegaan over hun ervaringen met en meningen over deze drie kanalen. Naast de gedragsonderzoeker was bij iedere sessie een notulist aanwezig om de belangrijkste resultaten direct te noteren. Daarnaast werd er een audio opname gemaakt en zijn alle sessies achteraf woordelijk uitgeschreven. Aan de hand van de transcripties is alle data geanalyseerd en zijn de resultaten tot stand gekomen.

Tijdens de focusgroepen is gebruik gemaakt van zogenaamde projectieve technieken. Dit zijn onderzoeks- en gesprekstechnieken die stimuleren dat de deelnemer antwoorden kan geven zonder belemmeringen. Voorbeelden van deze technieken zijn hypothetische vragen die starten met 'stel je voor dat...' en vragen waarin de deelnemers fysiek in de ruimte op een 10-puntsschaal gaan staan. Daarnaast wordt in de focusgroep gebruik gemaakt van een sensitizer. Dit is een grafisch vormgegeven vragenlijst die de deelnemers eerst zelf invullen en waarover vervolgens een groepsgesprek gestart wordt. Dit voorkomt sociaal wenselijke antwoorden en bevordert dat alle deelnemers hun mening en ervaring kunnen delen.

De zes focusgroepen vonden in maart 2020 plaats bij TeamAlert op kantoor en duurden twee uur per sessie. In verband met de coronacrisis is één focusgroep telefonisch uitgevoerd. Tijdens deze focusgroep zijn deelnemers om beurten gebeld door de gedragsonderzoeker en is op deze manier een individueel interview gehouden.

Deelnemers

De deelnemers van de focusgroepen zijn via het jongerenpanel en de socialmediakanalen van TeamAlert geworven. Via een advertentie werden de jongeren uitgenodigd voor een 'pizza-brainstorm'. Via de advertentie kwamen de jongeren bij een wervingsvragenlijst terecht, op basis waarvan de jongeren vervolgens zijn geselecteerd en benaderd via WhatsApp.

Tijdens de werving is een onderscheid gemaakt in het aantal uren dat jongeren gebruik maken van een specifiek socialmediakanaal. Er is uitgevraagd hoeveel minuten per dag jongeren gebruik maakten van zowel WhatsApp, Instagram en Snapchat. Jongeren die bovengemiddeld veel gebruik maakten van de kanalen, zijn uitgenodigd voor de focusgroepen. Jongeren uit heel Nederland met verschillende opleidingsniveaus, zowel jongens als meisjes, zijn uitgenodigd. Op deze manier zijn zo gevarieerd mogelijke groepen gesproken.

Uiteindelijk hebben in totaal 32 jongeren deelgenomen aan zes focusgroepen. Deze bestonden uit 3 keer 2 focusgroepen, dus per socialmediakanaal 2 groepen. Om van alle kanalen meer dan één focusgroep te houden, was er meer zekerheid dat één focusgroep geen uitzonderingsgroep was.

TeamAlert

Jongeren met **Impact**



**WAAROM
GEBRUIKEN
JONGEREN
DE APP?**



Hoofdstuk 1: Waarom gebruiken jongeren de app?

In dit hoofdstuk wordt onderzocht wat jongeren leuk vinden aan de kanalen WhatsApp, Instagram en Snapchat. Er wordt onderzocht wat motivaties zijn om de app te gebruiken en wat de app voor jongeren leuk maakt. Er wordt besproken wat de voor- en nadelen van de app zijn. Ook wordt dieper ingegaan op de geschreven en ongeschreven regels die gelden per kanaal. Aan het einde van dit hoofdstuk zal de app TikTok worden uitgelicht. Deze app wordt weliswaar minder gebruikt dan WhatsApp, Instagram en Snapchat, maar is de laatste jaren enorm gestegen in het aantal gebruikers. Om deze reden wordt TikTok meegenomen in het eerste gedeelte van deze rapportage. Per kanaal zal nog een korte uitleg worden gegeven over de functie ervan.

Dit hoofdstuk geldt als een inleiding in het algemene gebruik van de kanalen WhatsApp, Instagram en Snapchat. In latere hoofdstukken wordt er dieper ingegaan op achterliggende gedragsmechanismen die in dit hoofdstuk voor het eerst aan bod komen. Later zal verklaard worden waarom jongeren een bepaalde mening hebben en zich op een bepaalde manier gedragen. Er zal regelmatig worden verwezen naar latere hoofdstukken waar veel uitgebreider zal worden ingegaan op de achterliggende mechanismen van dit gedrag.



1.1. WhatsApp

1.1.1. Wat is WhatsApp?

WhatsApp is een app die gebruikt wordt om berichten naar elkaar te sturen. Op WhatsApp kunnen berichten, foto's en video's naar contacten worden gestuurd. De app wordt voornamelijk op de smartphone gebruikt. In de loop van jaren zijn er, naast slechts het sturen van berichten, een aantal functies bijgekomen, zoals het sturen van spraakopnames en de mogelijkheid tot videobellen.

1.1.2. Waarom gebruiken jongeren WhatsApp?

Makkelijk en snel contact

Jongeren geven aan dat zij WhatsApp vooral gebruiken om contact te hebben en te leggen met veel verschillende mensen. Wanneer iemand WhatsApp heeft geïnstalleerd en van die persoon het telefoonnummer is opgeslagen, kan met die persoon mee worden geappt. Er kan dus snel en makkelijk contact gemaakt worden en gereageerd worden op een bericht. Op deze manier is het heel makkelijk om contact te onderhouden met zowel vrienden als minder bekenden. Ook is het leggen van nieuwe contacten erg makkelijk via WhatsApp. Jongeren geven aan dat een WhatsApp-bericht sturen een eenvoudige manier is om contact te leggen en te maken. Als laatste vinden jongeren WhatsApp een handige app om op een laagdrempelige manier contact te leggen met mensen die zij net hebben leren kennen of met personen die ver weg wonen.

Verschillende vormen van contact

Jongeren gebruiken WhatsApp op verschillende manieren en passen hun WhatsAppgedrag aan afhankelijk met wie zij een gesprek hebben. Zo gebruiken zij WhatsApp aan de ene kant voor formele zaken. Doordat WhatsApp voornamelijk wordt gebruikt om berichten te sturen en er verder weinig extra 'features' zijn, vinden jongeren dit een fijne manier om op een formele of serieuze manier te communiceren. Omdat daarnaast bijna iedereen altijd goed bereikbaar is en ook snel antwoordt, is WhatsApp erg handig voor zaken als bijvoorbeeld school en het werk.

Naast de serieuze en formele zaken, wordt WhatsApp ook meer informeel gebruikt. Jongeren appen veel met elkaar over zaken die zij leuk of interessant vinden. Wanneer er snel een nieuwtje gedeeld wordt, of er iets leuks besproken moet worden, is WhatsApp een zeer handige app.

Privé vs. groepen

Op WhatsApp wordt er gebruik gemaakt van zowel privégesprekken als groepsgesprekken. Deze worden ook weer zowel formeel als informeel gebruikt. In privégesprekken wordt alles met één iemand besproken. Dit kan zowel met goede vrienden als met een collega.

Naar privé- zijn er ook groepsgesprekken. Dit zijn gesprekken waar verschillende contacten met elkaar samen in contact kunnen zijn. Er kunnen maximaal 100 gebruikers bij elkaar in een groep zitten (GSMinfo.nl, 2016). Zo zijn er groepen die bijvoorbeeld alleen voor collega's zijn of groepen waar alle leerlingen van een schoolklas met elkaar kunnen praten. Daarnaast zijn er ook veel groepsapps van vriendengroepen of zelfs gedeeltes van vriendengroepen. Afhankelijk van de 'functie' van de groepsapp, wordt deze dus formeel of juist informeel gebruikt.

Daarnaast worden groepsapps gebruikt om evenementen te organiseren. Door alle uitgenodigde mensen in een groepsapp toe te voegen, hoeft er maar één keer informatie te worden verstuurd door de organisator. Dit geldt dan meteen als uitnodiging. Ook kunnen vragen centraal gesteld worden, waardoor de appgroep voor iedereen duidelijk en overzichtelijk is. Belangrijk bij dit soort apps is dat mensen zich ook aan het doel van de appgroep blijven houden. Het wordt als vervelend ervaren wanneer er allerlei irrelevante informatie of berichten in de groep wordt gestuurd, aangezien er dan aan het doel van de app voorbij wordt gegaan. Bij groepsapps met vriendengroepen zijn deze onbelangrijke berichten vaak het doel, dus dan wordt het ook niet als vervelend gezien.

1.1.3. Wat vinden jongeren leuk aan WhatsApp?

Jongeren vinden het prettig dat het contact makkelijk en snel verloopt. Mensen zijn makkelijk bereikbaar en de app is eenvoudig en makkelijk in het gebruik. Het contact is laagdrempelig en de kans op (snelle) respons is zeer groot.

Meer dan alleen tekst

Op de vraag wat specifiek WhatsApp leuk maakt in het gebruik, zeggen jongeren het volgende. WhatsApp heeft in de loop der jaren extra functies toegevoegd. Ten eerste zijn er veel verschillende 'emoji's' beschikbaar. Dit zijn emoticons of smileys die in de tekst geplaatst kunnen worden. Hierdoor kunnen emoties beter duidelijk gemaakt worden. Ook kunnen jongeren zelf stickers ontwerpen. Dit zijn plaatjes die gestuurd kunnen worden naar elkaar. Omdat deze zelf ontworpen kunnen worden, zijn deze vaak zeer specifiek en persoonlijk voor één persoon of groep. Daarnaast zijn er functies bijgekomen als spraakopnames en videobellen. Bij een spraakopname kan iemand een bericht inspreken wat daarna via WhatsApp verstuurd wordt. Hierdoor hoeft iemand niet te typen en de ontvanger niet te lezen maar te luisteren. Videobellen is naar elkaar bellen door middel van de camerafunctie.

Door deze extra functies kunnen jongeren heel goed duidelijk maken wat zij bedoelen met een bericht. Er is meer mogelijk in de communicatie dan slechts tekst, waardoor onduidelijkheid of het verkeerd interpreteren van de boodschap steeds minder voorkomt. Met een emoji of sticker kan er makkelijk nuance gegeven worden aan het 'droge' tekstbericht. Dit wordt als een groot voordeel gezien door jongeren.

Over spraakberichten zijn de meningen verdeeld. De ene persoon gebruikt het heel veel en vindt het handig zodat een lang verhaal niet helemaal uitgetypt hoeft te worden. Andere jongeren vinden het vooral vervelend om een lang bericht terug te moeten luisteren, omdat dit te lang duurt. Lezen werkt in die zin een stuk sneller. Het lijkt erop dat het voor de verzender prettiger is dan voor de ontvanger.

1.1.4. Wat vinden jongeren minder leuk aan WhatsApp?

Spam

Het grootste nadeel van WhatsApp volgens jongeren is dat er veel 'gespamd' wordt. Dit geldt met name voor groepsapps. Er wordt mee bedoeld dat er door verschillende groepsleden heel veel berichten achter elkaar worden gestuurd. Hierdoor is het originele bericht of de originele vraag niet meer te achterhalen, omdat er wel tot honderden (en soms zelf bijna duizend) berichten achter elkaar gestuurd kunnen worden. In vriendengroepen kan dit nog wel leuk zijn, maar in iets serieuze groepen of na serieuze vragen, ervaren jongeren dit als vervelend. Wat jongeren met name vervelend vinden hieraan is dat zij wel de behoefte hebben om al deze berichten terug te lezen, uit angst belangrijke dingen te missen. In hoofdstuk 'sociale druk' wordt hier dieper op ingegaan.

Blauwe vinkjes

WhatsApp maakt gebruik van blauwe vinkjes. Wanneer blauwe vinkjes zichtbaar zijn, betekent dit dat iemand anders jouw bericht gelezen heeft. Een van de vervelendste dingen die iemand op WhatsApp (maar ook op andere kanalen) kan doen, is iemand anders negeren. Via de blauwe vinkjes houden jongeren in de gaten of iemand anders het bericht al heeft gelezen. Zo kan er worden gezien of iemand wordt genegeerd of dat iemand het bericht nog niet heeft gelezen. In het hoofdstuk over sociale druk wordt hier uitgebreid op ingegaan.

Ruzie

Daarnaast wordt ruzie maken via WhatsApp ook als no-go gezien. Jongeren zijn het er unaniem over eens dat een ruzie of meningsverschil beter in het echt kan worden uitgepraat dan via een WhatsAppgesprek. Hoewel het op WhatsApp steeds makkelijker is om duidelijk te maken wat er precies bedoeld wordt (onder andere door emoji's & stickers), zijn ruzies geen zaken die echt gebruikt worden tijdens een meningsverschil op WhatsApp. Het is bijvoorbeeld lastiger om aan slechts tekst af te lezen of iemand emotioneel is of niet. Hierdoor wordt het maken en uitpraten van ruzies via WhatsApp door jongeren streng afgeraden.

Story's

Het laatste wat door jongeren negatief wordt beoordeeld op WhatsApp is het plaatsen van story's. Een story is een tijdelijke afbeelding die wordt geplaatst en 24 uur beschikbaar is voor alle contacten. Jongeren kunnen dit gebruiken om te laten zien waar ze mee bezig zijn. Het is een soort update in de vorm van een afbeelding.

Jongeren vinden WhatsApp een veel minder geschikt medium om story's te plaatsen. Op Snapchat en Instagram wordt er door middel van foto's gedeeld wat iemand op dat moment aan doen is of heeft gedaan. WhatsApp geldt veel meer als direct -met name tekstueel- contactmiddel om zo snel berichten te kunnen sturen ontvangen. Een foto delen met al je contacten past hier veel minder goed bij. Aangezien iemand meestal veel verschillende soorten contactpersonen heeft, kan een foto voor de een leuk en relevant zijn, maar voor de andere persoon totaal niet.

1.1.5. Hoe lang kunnen jongeren zonder WhatsApp?

Jongeren geven verschillende antwoorden wanneer ze aangeven hoe lang ze zonder WhatsApp zouden kunnen. Het belangrijkste aspect is dat het voor jongeren praktisch gezien erg lastig wordt zonder WhatsApp. Jongeren zouden de app kunnen missen wanneer het gaat om hoe leuk het is om de app te gebruiken en het plezier dat ze ervoor terugkrijgen, maar praktisch gezien wordt het heel lastig om zonder WhatsApp te leven. WhatsApp is de belangrijkste vorm van contact voor jongeren. Wanneer iemand geen WhatsApp gebruikt, mist deze persoon heel veel gesprekken en afspraken; van leuke nieuwtjes en grappige content, tot het op de hoogte zijn van bijvoorbeeld verjaardagen, festivals en werktijden. Jongeren die veel WhatsApp gebruiken, ervaren het als een medium waar zij niet meer zonder kunnen. Het is dus een combinatie van een leuk platform dat ondertussen onmisbaar is geworden. Een aantal jongeren geven ook aan dat zij WhatsApp niet per zien als sociale media, maar meer als hun belangrijkste communicatievorm.

1.1.6. Conclusie WhatsApp

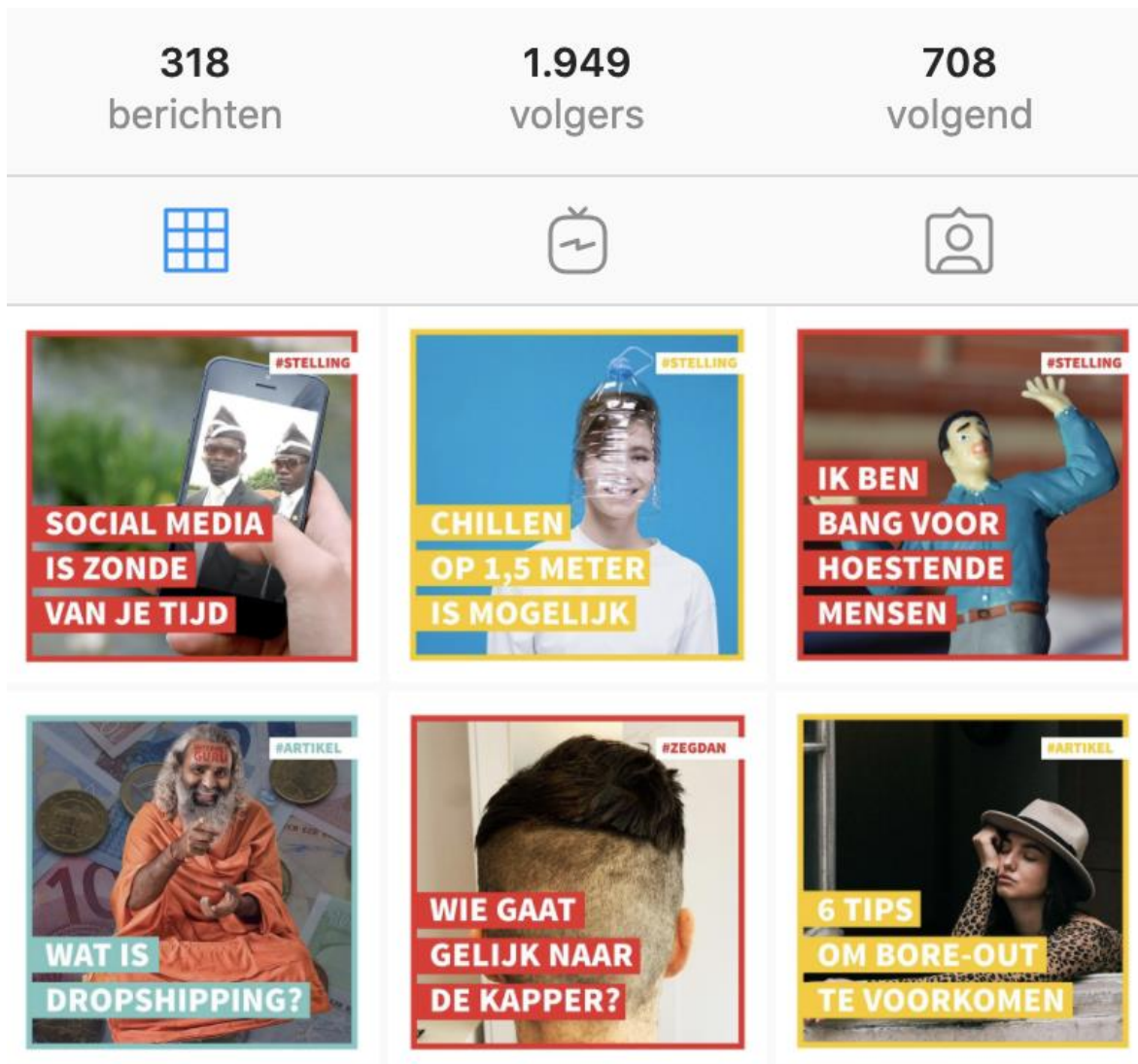
- WhatsApp wordt voornamelijk gezien als medium, waar jongeren gemakkelijk en snel contact kunnen hebben met (on)bekenden. Het is eenvoudig in gebruik en het werkt snel doordat de meeste jongeren bijna altijd en overal bereikbaar zijn.
- De vorm van het gesprek hangt heel erg af van de afzender en het doel. Zo kan een WhatsAppgesprek heel formeel zijn, bijvoorbeeld met de werkgever, of heel informeel, bijvoorbeeld met een goede vriend. Het maakt hiervoor niet uit of het gaat om een groepsgesprek of een privégesprek. Jongeren laten hun manier van contact afhangen van de ontvanger of ontvangers. Jongeren hebben goed in de gaten of zij zich netjes of juist heel losjes en ontspannen kunnen gedragen.
- WhatsApp gaat veel minder om het delen van het leven en het laten weten wat iemand doet, maar veel meer om het functionele (dagelijkse) contact dat iemand met je kan hebben. Door veel jongeren wordt het dan ook niet als social media gezien.
- WhatsApp heeft een aantal features waarmee het makkelijker is geworden om jezelf goed te kunnen uiten, zonder slechts tekst. Hierdoor speelt miscommunicatie een steeds kleinere rol. Toch kan het een real-life gesprek nog niet vervangen, aangezien het uiten van emoties nog steeds lastig is via een scherm. Dit is bij jongeren duidelijk te merken wanneer er ruzie is. Volgens jongeren is WhatsApp niet handig genoeg om een ruzie uit te kunnen praten.



1.2. Instagram

1.2.1. Wat is Instagram

Instagram is een app om foto's en video's te delen. Foto's en video's kunnen bewerkt worden door er digitaal filters en effecten aan toe te voegen. Het idee van Instagram is dat gebruikers elkaar gaan volgen, waardoor zij op de hoogte blijven van elkaars leven. Op een account kunnen foto's en video's geplaatst worden. Hierop kunnen andere gebruikers likes geven en reacties plaatsen. Daarnaast kunnen er ook story's geplaatst worden. Dit zijn foto's die 24 uur te zien zijn, waarna ze weer verdwijnen.



1.2.2. Waarom gebruiken jongeren Instagram?

Leven delen en volgen

Jongeren gebruiken Instagram om hun eigen leven te kunnen delen met vrienden. Instagram wordt gebruikt om leuke en mooie momenten in het leven te delen. Ook worden er vaak herinneringen gedeeld. Jongeren gebruiken hun Instagram account als een soort fotoalbum dat zij delen met mensen die hen volgen. Het komt voor dat jongeren door onbekenden worden gevolgd, maar meestal gaat het om vrienden en bekenden.

Wat jongeren leuk vinden aan Instagram is dat er veel wordt nagedacht over de content die geplaatst wordt. Jongeren vinden Instagram een persoonlijke manier van het delen van elkaars leven.

“Facebook is te ouderwets en Snapchat onpersoonlijk.”

Behalve het delen van het eigen leven, worden ook levens van anderen gevolgd. Dit zijn vrienden, maar bijvoorbeeld ook beroemde personen. Instagram wordt ook gebruikt om op de hoogte te blijven van het nieuws. Zo is de NOS bijvoorbeeld actief op Instagram via NOS Stories. Hier verschijnen korte nieuwsberichten om zo ook de jongerendoelgroep te bereiken.

Instagram is een handig medium om met anderen in contact te komen. De jongeren die veel Instagram gebruiken vinden het laagdrempeliger dan WhatsApp, aangezien er geen telefoonnummer nodig is om met elkaar in contact te komen. Via het account van iemand anders, kan er snel worden gekeken of iemand leuk of interessant is om te volgen. Vaak doet de andere persoon dit ook terug waardoor er een connectie ontstaat.

1.2.3. Wat vinden jongeren leuk aan Instagram?

Bekijken en plaatsen van foto's

De belangrijkste functie van Instagram is het maken, bekijken en delen van foto's. Wat jongeren leuk vinden aan Instagram is dat zij foto's die ze zelf gemaakt hebben kunnen delen met de buitenwereld. Ze vinden het leuk om mooie momenten uit hun leven te kunnen delen. Een deel van de jongeren ziet het echt als middel om vriendschappen te onderhouden. Via Instagram weten jongeren waar anderen mee bezig zijn, waardoor zij elkaar op die manier op de hoogte houden.

Influencers

Daarnaast vinden jongeren het leuk dat zij het leven van bekenden en influencers van heel dichtbij kunnen meemaken. Op bijna ieder moment van de dag kunnen zij zien wat idolen van hen aan het doen zijn. Zo wordt de afstand naar bekende personen een stuk kleiner. Via Instagram is het een stuk makkelijker geworden om meer te weten te komen over het leven van beroemde personen. Het gaat hier niet alleen maar om wereldberoemde personen, maar ook lokale beroemdheden of mensen die iets doen dat in het interessegebied van jongeren ligt.

Memes

Een belangrijke factor van Instagram is het sturen en ontvangen van 'memes' naar vrienden en bekenden. Memes zijn grappige plaatjes die jongeren naar elkaar kunnen sturen. Vaak zijn dit plaatjes die gaan over recente gebeurtenissen. Deze zijn vaak relevant voor een bepaald moment of voor een specifieke vriendengroep. Op Instagram is ook een 'ontdek'-pagina beschikbaar. Hier staan veel foto's die in korte tijd populair geworden zijn. Jongeren kijken hier vaak rond om leuke memes te vinden. Deze sturen ze daarna door naar vrienden. Het op zoek zijn naar en het sturen en ontvangen van grappige content is een belangrijk tijdverdrijf wanneer jongeren Instagram gebruiken. Het lijkt een net zo belangrijk onderdeel te zijn van Instagramgebruik als het daadwerkelijk plaatsen van foto's.

Story's

Jongeren vinden het ook leuk om story's te posten. Story's zijn foto's die geplaatst kunnen worden en daarna 24 uur beschikbaar zijn. Na deze 24 uur verdwijnen de foto's weer. Jongeren maken een duidelijk onderscheid tussen een 'normale' foto en een storyfoto. Jongeren plaatsen een story over een spontaan moment, terwijl over een reguliere foto langer wordt nagedacht. Dit zal in het hoofdstuk 'zelfpresentatie' verder worden

uitgelegd.

Filters

Filters op Instagram hebben verschillende functies. Aan de ene kant bestaan er filters die een foto grappig maken, zoals iemand eruit laten zien als een dier of als iemand met een hele grote neus. Aan de andere kant gebruiken jongeren ook filters waardoor het lijkt alsof ze er beter uitzien, zoals een egale huid of minder bleek. De meningen over het gebruik van filters is zeer verdeeld. Ook dit dat dieper uitgelicht worden in het hoofdstuk over zelfpresentatie.

1.2.4. Wat vinden jongeren minder leuk aan Instagram?

Perfekte plaatje

Jongeren vinden het heel vervelend wanneer ze zien dat iemand alles doet om er zo perfect mogelijk uit te zien. Hiermee wordt bedoeld dat iemand heel veel moeite doet om zoveel mogelijk likes te ontvangen op een foto. Jongeren vinden het vervelend wanneer Instagram-gebruikers niet spontaan of echt zijn, wanneer anderen proberen om zich zo mooi of stoer mogelijk te presenteren, terwijl ze dit eigenlijk niet echt zijn. Het overmatig gebruik van filters speelt hier ook een belangrijke rol in. Jongeren beseffen dat het leven niet alleen maar mooi positief is, en waarderen het dan ook niet als iemand doet alsof dit wel zo is. In het hoofdstuk over zelfpresentatie wordt er dieper ingegaan op de mechanismen die hier achter liggen.

“Onbewust worden anderen er onzeker van als je alleen maar positieve dingen post”

Haten

Jongeren vinden het vervelend als andere jongeren ‘haten’ op foto’s of berichten. Dit houdt in dat er vervelende comments of reacties worden geplaatst onder een foto of bericht. Meestal gebeurt dit door onbekenden. Het gaat zowel om eigen foto’s maar nog meer onder foto’s van bekende personen of onder nieuwsberichten. Jongeren geven aan het vervelend te vinden wanneer ze dit soort berichten lezen, aangezien niemand er iets mee opschiet. Daarnaast laten jongeren weten dat het sturen van deze haatberichten vooral gebeurt door jongere Instagramgebruikers, meestal rond de 14 jaar oud. Het lijkt erop dat zij het stoer vinden om mensen uit te schelden op Instagram. Jongeren die bij de focusgroepen aanwezig waren, gaven aan dat zij dit een vervelende kant van Instagram vinden en pleiten om deze reden ervoor dat de gebruikersleeftijd van Instagram wordt verhoogd tot minstens 16 jaar oud.

Reclame maken

Jongeren vinden het ook vervelend dat er veel reclame wordt gemaakt op Instagram, vooral door influencers. Het grootste probleem hierbij is dat het vaak niet duidelijk of zichtbaar is dat het om een reclame gaat. Vaak wordt er semi-opvallend een product geplaatst in de foto, waardoor het spontaan lijkt, maar het in feite gewoon reclame is. Jongeren pleiten ervoor dat het duidelijker wordt wanneer iemand reclame maakt en dit niet verborgen gebeurt. Jongeren willen graag weten waar zij aan toe zijn en vinden het prettig wanneer anderen open en transparant zijn in wat er gedeeld wordt.

1.2.5. Conclusie

- Instagram gaat om het delen van momenten uit het leven en om het op de hoogte blijven van levens en interesses van anderen. In vergelijking met WhatsApp gaat het veel meer om het delen van momenten in plaats van directe communicatie met meestal een doel.
- Jongeren vinden het vervelend wanneer Instagramgebruikers zich anders voordoen dan ze in het echt zijn. Bepaalde gebruikers 'misbruiken' de functies van de filters door zich anders voor te doen dan ze echt zijn. Jongeren waarderen het meer wanneer iemand een leuke foto deelt, dan wanneer iemand probeert zo mooi mogelijk op een foto te staan.
- De algemene trend lijkt te zijn dat Instagram erg leuk is om te gebruiken, maar dat het geen essentieel kanaal is. Het is een extra verrijking voor wanneer jongeren meer willen weten of zien van personen die ze leuk vinden. Aan de andere kant kan Instagram ook prima gemist worden, in tegenstelling tot bijvoorbeeld WhatsApp.

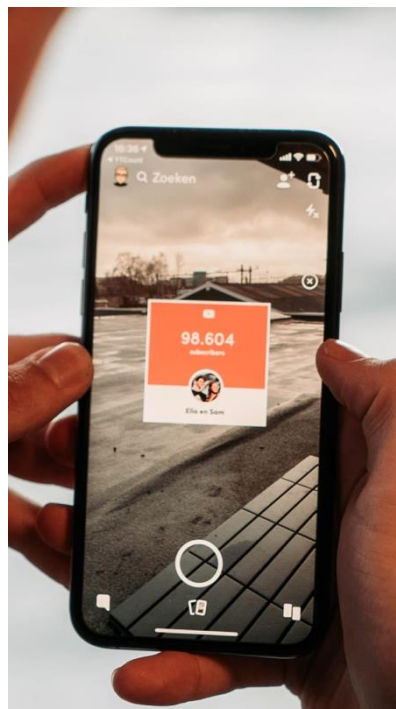


1.3. Snapchat

1.3.1. Wat is Snapchat

Snapchat is een socialmediakanaal, waarmee op de smartphone foto's en video's gedeeld kunnen worden met Snapchatcontacten. Op Snapchat wordt een account aangemaakt met een gebruikersnaam. Gebruikers kunnen elkaar toevoegen door middel van deze gebruikersnaam. Er is geen sprake van een profielpagina, zoals op Instagram bijvoorbeeld het geval is. Wanneer deze gebruikersnamen zijn toegevoegd, kunnen zij foto's en video's naar elkaar sturen. Daarnaast kunnen er groepen aangemaakt worden, waar foto's naar meerdere personen gestuurd kunnen worden.

Het bijzondere aan Snapchat is dat de ontvangen media slechts tijdelijk zichtbaar zijn. Dit loopt van één tot tien seconden. Daarna verdwijnen de bestanden van de servers van Snapchat en zijn ze voor niemand meer zichtbaar. Er zit nog verschil in het sturen van een foto of het plaatsen van een foto op het 'verhaal'. In het tweede geval is de foto tot 24 uur beschikbaar. Wanneer er echter een directe foto naar een persoon of groep wordt gestuurd, is dit tot maximaal 10 seconden beschikbaar. In sommige gevallen kan de foto opnieuw 'afgespeeld' worden, maar daarna is het niet meer terug te zien.



1.3.2. Waarom gebruiken jongeren Snapchat?

Herinneringen maken

De belangrijkste functie van Snapchat is het maken van herinneringen. Snapchat wordt gebruikt om foto's te maken en naar elkaar te sturen. Foto's die naar iemand anders gestuurd worden, verdwijnen na een aantal seconden, maar foto's die op het toestel gemaakt worden, kunnen wel worden opgeslagen. Net zoals regulier gemaakte foto's op een smartphone worden opgeslagen, kunnen zelf gemaakte Snapchatfoto's ook op het Snapchataccount opgeslagen worden. Het verschil met opgeslagen Snapchatfoto's en foto's die in de galerij van een smartphone belanden, is dat deze Snapchatfoto's heel bewust worden opgeslagen en daarom extra leuk zijn om later nog eens te bekijken. Deze foto's worden alleen maar opgeslagen als iemand het gevoel heeft de foto later nog eens te willen bekijken. Een jaar nadat de foto is gemaakt, krijgt iemand een melding van Snapchat met die specifieke foto in beeld, als herinnering. Op die manier wordt het een heel persoonlijk fotoalbum.

"Snapchat is ook het maken van herinneringen, maar dan persoonlijker. Een foto opslaan op Snapchat doe je alleen als het echt een leuke foto is, want je krijgt dan een herinnering. Dat wil je alleen met echt leuke foto's."

Privé & Groepen

Op Snapchat zijn er verschillende mogelijkheden wanneer het gaat om het versturen van foto's. Iemand kan kiezen welke van alle contacten de foto ontvangt. Dit kan er één zijn, maar dit kunnen ze ook allemaal zijn. Daarnaast kunnen er groepen worden aangemaakt waar een vast aantal personen in zitten. Hier kunnen ook foto's naar gestuurd worden. Dit zijn eigenlijk altijd vriendengroepen. Als laatste kan er een foto op 'het verhaal' geplaatst worden. Dit betekent dat alle contacten deze foto 24 uur kunnen zien. Dit is hetzelfde als de story mode op WhatsApp en Instagram.

Afhankelijk van de foto en de bedoeling die iemand ermee heeft, wordt er een keuze gemaakt wie de foto ontvangt. Wanneer het om een algemene foto gaat, wordt er vaak gekozen voor de hele contactenlijst (of een deel hiervan), of wordt er gekozen voor het plaatsen op het verhaal. Wanneer het gaat om een foto die niet voor iedereen bedoeld is, wordt er gekozen om het in de vriendengroep te sturen, of slechts naar één of twee goede vrienden. Op deze manier wordt er steeds een afweging gemaakt welke personen geschikt zijn om de foto te ontvangen.

Spontaan

Snapchat is een hele spontane vorm van contact. Op het moment dat iemand iets leuks ziet, of iets ziet wat die persoon aan iemand anders doet denken, wordt er een foto gemaakt en verstuurd. Daar reageert de ander op en ontstaat er makkelijk een gesprek. Een gesprek op Snapchat houdt in dat er zowel foto's als tekstberichten naar elkaar gestuurd worden. Op Snapchat kan er ook tekst worden toegevoegd aan een foto, waardoor deze twee vormen ook gecombineerd verstuurd kunnen worden.

“Op Snapchat post je wat je doet en wat leuk genoeg is om te delen, maar wat niet permanent zichtbaar hoeft te zijn. Daar is Instagram of WhatsApp voor.”

1.3.3. Wat vinden jongeren leuk aan Snapchat?

Filters

Door gebruik te maken van filters kunnen foto's bewerkt worden. Snapchat was de eerste app waar gebruik gemaakt kon worden van filters, waarna Instagram er ook gebruik van is gaan maken. Jongeren vinden het leuk om filters te gebruiken, omdat ze vaak grappig zijn. Net zoals bij Instagram geldt bij Snapchat ook dat het gebruik van filters leuk en grappig is, maar wanneer mensen proberen zichzelf anders voor te doen door middel van filters, wordt dit niet gewaardeerd.

Locatie zien

Snapchat heeft een functie die aangezet kan worden waardoor iemands locatie van dat moment gedeeld wordt op een wereldkaart. Anderen kunnen zien waar jij je op dat moment begeeft. Jongeren geven het aan leuk te vinden om dit bij anderen te kunnen zien. Wanneer de functie aanstaat, kunnen anderen het ook bij jou zien.

Nieuwe vrienden

Jongeren vinden het leuk dat zij via Snapchat makkelijk nieuwe vrienden kunnen maken. Snapchat is vaak de eerste stap in het online contact. Op Snapchat kunnen gebruikers elkaar snel toevoegen, op basis van de gebruikersnaam, dus er zijn geen telefoonnummers nodig. Het komt vaak voor dat jongeren elkaar in het echt nog nooit gesproken hebben, maar wel Snapchatcontact hebben. In het hoofdstuk over omgangsregels zal er dieper ingegaan worden op de waarde die jongeren hechten aan het aantal vrienden dat zij op Snapchat hebben.

Streaks

Snapchat maakt gebruik van streaks. Dat betekent dat er wordt bijgehouden of er binnen 24 uur een foto naar elkaar wordt gestuurd. Wanneer dit lukt en wordt volgehouden, bouwt de streak op. Jongeren geven aan dat zij een streak hadden van tot wel 1000 dagen. Jongeren vinden de streaks erg leuk, maar hechten er niet per se heel veel waarde aan. Jongeren geven aan dat het halen van een hoge streak ook vaak vanzelf gaat. Door iedere dag een foto naar elkaar te sturen, halen zij vanzelf een hoge streak. De foto zouden ze toch al sturen, dus dat gaat in principe vanzelf.

Chatten

Op Snapchat kunnen er foto's gestuurd worden waarbij tekst kan worden toegevoegd, maar er kunnen ook losse gesprekken worden gevoerd zonder gebruik te maken van foto's. Dit maakt de app voor veel jongeren veelzijdig. Chatten wordt ook gezien als een pluspunt van Snapchat. Op die manier kan er makkelijk een gesprek worden gevoerd, zowel met foto's als zonder. Het kan ook dat een foto de aanleiding is geweest voor de start van een los gesprek.

Plezier hebben

Het belangrijkste aan Snapchat is lol maken. Snapchat wordt echt gebruikt als middel om plezier te hebben met elkaar door middel van foto's en video's. In tegenstelling tot WhatsApp, dat vooral voor 'straight-to-the-point'-communicatie wordt gezien, en Instagram, dat wordt gebruikt om het leven mee te delen. Snapchat gaat voor plezier in het moment zelf, dat op datzelfde moment weer gedeeld kan worden met vrienden.

1.3.4. Wat vinden jongeren minder leuk aan Snapchat?

Storingen

Een grote ergernis van jongeren is dat er volgens hen redelijk vaak storingen plaatsvinden met Snapchat. Hierdoor kunnen jongeren die in gesprek zijn met anderen, het gesprek niet afmaken en geen berichten meer sturen. In het hoofdstuk over sociale druk zal er worden uitgelegd wat deze storingen nu zo vervelend maken voor jongeren.

Vaste gebruikersnaam

Jongeren vinden het vervelend dat zij hun gebruikersnaam niet meer kunnen veranderen. Vaak is het Snapchataccount al jaren terug aangemaakt en jongeren vinden hun gebruikersnaam vaak te kinderachtig voor hun huidige leeftijd. Sommige jongeren hebben om die reden een nieuw account aangemaakt. Ze zorgen met het tweede account dat hun gebruikersnaam neutraler is.

Vervelende foto's

Een ander probleem waar jongeren tegenaan lopen is het ontvangen van ongewenste foto's van vreemden. Snapchatgebruikers kunnen foto's ontvangen van personen die zij niet hebben toegevoegd, net zoals je gebeld kunt worden door een persoon die niet in de contactenlijst staat. Het komt dus af en toe voor dat jongeren seksueel getinte foto's krijgen van gebruikers, die zij niet kennen. Jongeren houden hier rekening mee. Wanneer zij een melding zien dat zij een foto ontvangen van een onbekend persoon, blokkeren zij deze persoon vaak direct, zodat zij hier geen foto's meer van ontvangen.

1.3.5. Hoe belangrijk vinden jongeren Snapchat?

Op de vraag hoe lang jongeren zonder Snapchat kunnen, wordt er 1-3 dagen aangegeven. Voor de jongeren die Snapchat veel gebruiken is het hun belangrijkste vorm van communicatie. Deze jongeren gaven aan dat zij Snapchat gebruiken op dezelfde manier zoals veel anderen WhatsApp gebruiken, alleen dan met nog meer functies. Hoewel er wel gebruik gemaakt wordt van WhatsApp, is dit alleen maar voor meer zakelijke contacten, zoals werk en in dit geval het appen met TeamAlert. Voor alle andere personen die zij kennen, wordt Snapchat gebruikt. Dit maakt dus duidelijk waarom de periode dat zij zonder zouden kunnen, vrij kort is.

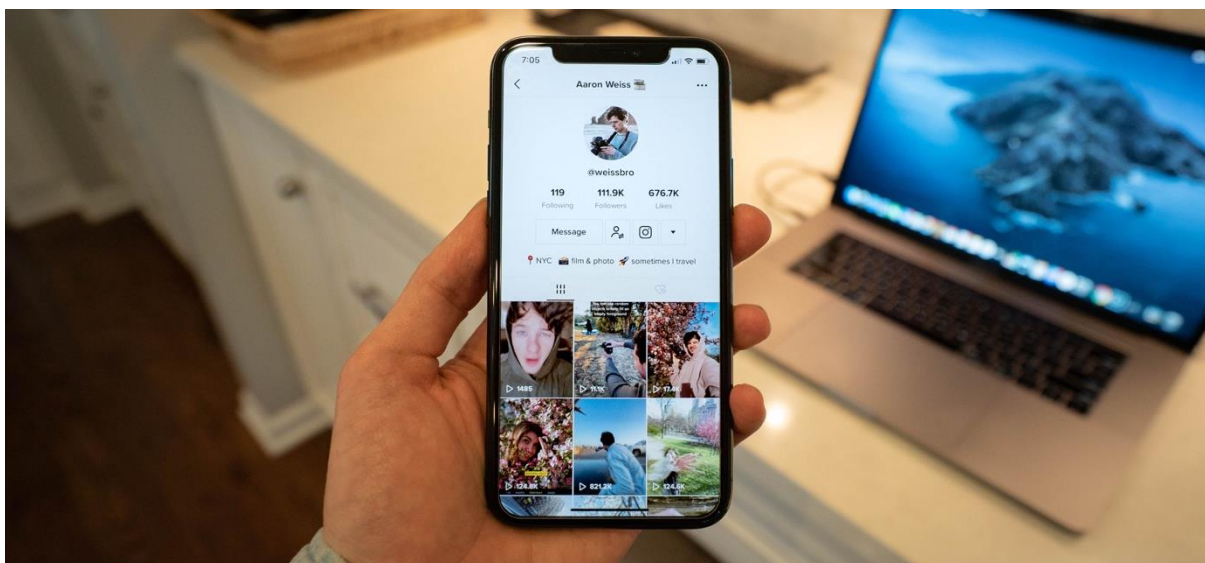
Conclusie

- ▶ Wat Snapchat anders maakt dan Instagram en WhatsApp is dat Snapchat heel spontaan wordt gebruikt en dat het daarnaast een zeer laagdrempelige manier van communiceren is. Daarmee wordt bedoeld dat het met name gebruikt wordt wanneer iemand spontaan iets wil sturen. Er hoeft niet perse een gedachte achter te zitten. Door jongeren in de Snapchat-focusgroep werd aangegeven dat zij WhatsApp alleen maar gebruikt om te communiceren met werk of (in dit geval) TeamAlert. Daarmee wordt het duidelijk dat alleen de formelere gesprekken via WhatsApp verlopen en de rest allemaal via Snapchat.
- ▶ Snapchat wordt verder gebruikt om leuke herinneringen op te slaan. Door foto's heel bewust op te slaan, maakt Snapchat hier een persoonlijk fotoalbum van. Dit is alleen zichtbaar voor de persoon zelf.



1.4. TikTok

Naast WhatsApp, Instagram en Snapchat zijn jongeren zijn ook gevraagd naar TikTok, aangezien dit een app die de laatste jaren enorm gestegen is in het gebruik onder jongeren. Het is een app waarmee korte muziekvideo's gemaakt en gedeeld kunnen worden. De video's hebben een lengte van 3 tot 15 seconden.



De meeste jongeren die aan de focusgroepen hebben meegedaan, kenden TikTok wel, maar gebruikten het zelf niet. Opvallend was dat bijna alle jongeren in eerste instantie negatieve associaties hadden met de app, maar nadat het gesprek vorderde, er toch meer positieve kanten aan bod kwamen. Jongeren geven aan dat TikTok twee kanten heeft.

Wat hier lijkt te gebeuren is dat jongeren in eerste instantie een negatieve associatie hebben bij TikTok en daarom vooral negatief reageren. Door de wisselwerking in de focusgroepen waren er ook jongeren met een positieve associatie. Hierdoor konden zij uitleggen wat TikTok voor hen leuk maakte, waardoor de jongeren met een negatieve associatie ook de leukere kant konden inzien.

Verder werd er genoemd dat TikTok een soort 'Instagram Plus' is. Mensen kunnen hun creativiteit kwijt in deze filmpjes en doen dit door gebruik te maken van hun talenten. Er wordt gezongen, geacteerd, muziek gemaakt, gedanst en er worden leuke grappen gemaakt. Dit zijn dingen die jongeren kunnen waarderen aan deze filmpjes.

De andere kant is dat er ook veel filmpjes te zien waar TikTok'ers zich in de ogen van jongeren beschamend of ongemakkelijk gedragen. Jongeren vinden dit niet prettig om te zien en er ontstaat plaatsvervangende schaamte waar zij zich niet prettig bij voelen. Een genoemd voorbeeld zijn filmpjes waar jongere kinderen op te zien zijn die vervolgens zonder shirt te zien zijn en over hun lip likken om zo sexy of stoer over te komen. Daarnaast wordt aangegeven dat TikTok heel hypegevoelig is. Dus wanneer een bepaald soort filmpje 'viral' gaat, wordt het door heel veel andere gebruikers overgenomen. Jongeren vinden dit vervelend, omdat dit vaak filmpjes zijn die jongeren niet leuk vinden om te zien. Jongeren vinden het vervelend dat deze filmpjes die in hun ogen niet leuk zijn, vaak heel populair zijn. In hun ogen doen anderen mee met hypes of trends die helemaal niet leuk zijn.

Daarnaast zien jongeren hier ook dat mensen proberen zichzelf zo mooi of zo knap mogelijk te presenteren. Jongeren vinden het vervelend wanneer mensen niet hun echte kant laten zien op social media. Makers van TikTok filmpjes maken zich hier volgens hen vaak schuldig aan. Daarnaast wordt aangegeven dat TikTok nooit spontaan is, terwijl er wel vaak gedaan wordt alsof. Zo worden er vaak grappen of 'pranks' uitgehaald waarbij er wordt gedaan alsof het echt gebeurt, terwijl het vaak in scène is gezet.

Jongeren vinden het bij TikTok belangrijk dat de filmpjes op de juiste manier worden ingezet, aangezien anders snel de plank wordt misgeslagen.

1.5. Pesten op social media

Aan jongeren is gevraagd in hoeverre zij denken over pesten en pestgedrag op WhatsApp, Instagram en Snapchat. Jongeren vinden het vervelend wanneer iemand op social media wordt gepest of belachelijk gemaakt. Op ieder kanaal is het erg makkelijk om anderen te pesten of belachelijk te maken. Aangezien social media ook heel anoniem kan zijn en veel nare opmerkingen niet altijd openbaar worden, komt het regelmatig voor dat er mensen belachelijk gemaakt worden zonder dat zij weten dat dit gebeurt. Jongeren geven aan dit zelf in principe nooit te doen, aangezien zij het zelf ook heel vervelend zouden vinden wanneer het henzelf zou overkomen.

Binnen WhatsApp blijven nare berichten vaak binnen groepsapps van vrienden, waardoor de vervelende opmerkingen hierbinnen blijven.

Op Instagram kunnen makkelijk vervelende berichten gestuurd kunnen worden met een account dat op privé staat. Wanneer een account op privé staat, kunnen anderen de foto's en de informatie van dit account niet bekijken en kan er niet achterhaald worden wie deze persoon is. Dit wordt pas zichtbaar wanneer de persoon gevolgd wordt. Die persoon moet echter het volgzverzoek eerst accepteren voordat er toegang verkregen kan worden tot het account. Wanneer dit niet geaccepteerd wordt, zal het nooit duidelijk worden welke persoon achter dit account zit. Hierdoor komt het vaak voor dat 'anonieme' accounts nare berichten onder foto's of berichten van anderen plaatsen, zonder hier 'verantwoordelijk' voor gehouden kunnen worden aangezien de identiteit niet bekend is.

Via Snapchat is het ook eenvoudig anderen te pesten of belachelijk te maken, aangezien de foto's of berichten ook weer verdwijnen. Er is dus nooit sprake van 'bewijsmateriaal', wat ervoor zorgt dat er weinig consequenties hangen wanneer iemand gepest wordt. De grootste angst onder jongeren die Snapchat gebruiken met betrekking tot pesten is dat anderen er met de foto's of gegevens (berichten) vandoor gaan en bijvoorbeeld doorsturen.

1.6. Conclusie

Zowel WhatsApp, Instagram en Snapchat worden veel gebruikt door jongeren. Alle drie de kanalen worden gebruikt als communicatiemiddel naar elkaar. Toch bestaan er grote verschillen in hoe jongeren de kanalen zien en gebruiken.

WhatsApp is de meest pure communicatie-app. De hele app is ingericht om snelle en heldere communicatie. De app wordt daar hoofdzakelijk ook voor gebruikt, zowel formeel als informeel. Afhankelijk van het doel en de afzender wordt de manier van de communicatie aangepast: netjes en formeel bij de werkgever en losjes en met humor bij vrienden.

Instagram daarentegen gaat veel meer om het delen van het eigen leven en het volgen van andermans leven. Het gaat hier vooral om een leuk of mooi beeld te kunnen zien of juist te delen met anderen. Daarnaast wordt het door vrienden veel gebruikt om leuke plaatjes die op Instagram staan naar elkaar te kunnen sturen. Afspraken maken gebeurt veel minder via Instagram, dat toch meer wordt gezien als een persoonlijk album of portfolio om te delen met mensen.

Snapchat hangt hier qua gebruik een beetje tussen. Het gaat om het delen van foto's en video, met als verschil met Instagram dat het veel meer om spontane momenten gaat, die niet van tevoren zijn bedacht om te delen. Het verschil met WhatsApp is dat er veel meer gebruik gemaakt wordt van beeld, maar ook dat de gesprekken vaak veel minder een doel hebben en dat het minder vaak gaat om serieuze aangelegenheden. Het wordt vooral gebruikt, omdat jongeren het op dat moment leuk vinden om te gebruiken. Daarnaast wordt Snapchat ook ingezet als een persoonlijk album, met als verschil met Instagram dat het niet of weinig gedeeld wordt met anderen, maar juist persoonlijk is.

Belangrijk om in het achterhoofd te houden is dat jongeren per focusgroep zijn uitgenodigd om mee te praten over het kanaal dat zij het meeste gebruiken. Verschillende kanalen worden vanuit verschillende visies bekeken en het is dus lastig om een algemene waarheid te geven. Het is logisch dat jongeren positiever zijn over het kanaal dat zij het meest gebruiken dan een kanaal dat zij veel minder gebruiken. Een voorbeeld is dat jongeren

die Instagram gebruiken zeggen dat dit een veel persoonlijker kanaal is dan Snapchat en dat het echt een kanaal is voor goede vrienden, terwijl jongeren die veel Snapchat gebruiken dit juist andersom vinden. Het is dus belangrijk om rekening te houden dat verschillende 'groepen' een andere mening kunnen hebben over dezelfde onderwerpen.

De leeftijd van de jongeren die vooral Snapchat gebruiken lag gemiddeld iets lager dan de jongeren in de overige focusgroepen en het opleidingsniveau lag ook iets lager. Het is mogelijk dat de jongeren die veel Snapchat gebruiken op een andere manier omgaan met social media en andere opvattingen hebben dan de andere twee groepen.

TeamAlert

jongeren met **impact**



SOCIALE OMGANGSREGELS



Hoofdstuk 2: Sociale omgangsregels

In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de sociale omgangsregels van jongeren op social media en op de geschreven en ongeschreven regels met betrekking hierop. Een belangrijk aspect van deze sociale omgangsregels is de sociale status. Veel online omgangsregels zijn gebaseerd op de status. Hiermee wordt iemands aanzien, eer en prestige bedoeld. Mensen met een hoge sociale status worden vaak sneller gerespecteerd dan mensen die dit niet hebben. Een hoge sociale status kan er voor zorgen dat iemand in een groep sneller opvalt. Daarnaast kijken mensen sneller op tegen iemand met een hoge sociale status. Op social media werkt dit op dezelfde manier. Mensen met een hoge sociale status worden sneller leuker of knapper gezien en worden sneller hoger aangeschreven (Nisbett & Wilson, 1977).

Social media is een eenvoudige manier om dit te kunnen zien, denk aan het aantal vrienden, likes en volgers dat iemand kan hebben dat wordt bijgehouden. Op deze manier kan eenvoudig kwantificeerbaar gemaakt worden hoe populair iemand is. De meeste jongeren die hebben meegedaan aan de focusgroepen, gaven aan weinig waarde te hechten aan sociale status op social media. Toch lijken zij hier impliciet meer rekening mee te houden dan dat er in eerste instantie wordt aangegeven.



2.1. WhatsApp

Qua functionaliteit speelt WhatsApp minder in op de sociale status. Er worden namelijk geen statistieken bijgehouden waaraan jongeren een bepaalde status af kunnen lezen, in tegenstelling tot Instagram, waar dit in de vorm van likes wel het geval is. Jongeren geven daarbij aan weinig waarde te hechten aan het aantal contacten dat zij hebben of aan het aantal groepsapps waaraan zij deelnemen. Voor hen zijn dit geen indicaties van populariteit. Ook het aantal berichten dat zij ontvangen speelt op de status geen rol. Dit verandert wanneer zij zelf een bericht hebben verstuurd, maar geen antwoord ontvangen. Wanneer dat voorkomt levert dat een onrustig gevoel op. Jongeren krijgen het idee dat zij genegeerd worden, wat een gevoel van afwijzing bij hen oproept. Het op tijd binnen krijgen van een antwoord is volgens hen belangrijker dan het aantal berichten dat ontvangen wordt.

Naast het aantal berichten en antwoorden ontvangen, heeft de inhoud van de gesprekken ook invloed op sociale status. Zo vinden jongeren het bijvoorbeeld vervelend wanneer zij merken dat anderen in een groepsapp meer weten over een bepaald onderwerp of wanneer groepsgenoten een 'inside joke' hebben met elkaar, waar de andere persoon dan niks van afweet en niet kan meedoen met het gesprek. Dit kan ook voelen als afwijzing binnen een groep.



2.2. Instagram

De sociale status speelt op Instagram volgens jongeren een grotere rol dan op WhatsApp. Op Instagram kan de status makkelijk worden bijgehouden door middel van het aantal likes of reacties dat iemand op een foto krijgt en het aantal volgers dat iemand heeft op een account (Frommer, 2010).

Jongeren geven aan likes en volgers in principe onbelangrijk te vinden. Zij vinden het vooral belangrijk dat zij leuke content plaatsen en dat anderen daarvan kunnen genieten en andersom. Wanneer echter dieper ingegaan wordt op dit onderwerp, geven zij aan dat wanneer zij een foto plaatsen, zij hier wel allemaal een bepaald aantal likes bij verwachten en dat zij het vreemd vinden wanneer dit er minder zijn dan verwacht. De ongeschreven regel is dat foto's van goede vrienden in principe altijd worden geliked. Wanneer dit niet gebeurt, kan dit duiden op een incident, bijvoorbeeld ruzie. Jongeren hechten minder waarde aan het totaal aantal likes dat zij krijgen, maar vinden het vooral belangrijk om van specifieke personen, meestal goede vrienden, likes te ontvangen.

"Ik vind het niet heel belangrijk om likes te krijgen, maar het is wel lekker, ik krijg er zelfvertrouwen van. De ongeschreven regel is: je vrienden like je meestal wel."

Het aantal volgers wordt ook niet heel belangrijk gevonden. Een kanttekening is dat een aantal jongeren hier vroeger veel meer waarde aan hechtte. Dit geldt ook voor het aantal likes. Jongeren waren in het begin van Instagram heel erg bezig met sociale bevestiging, door zo veel mogelijk likes te scoren en zo veel mogelijk volgers te verzamelen. Het idee hierachter was dat anderen dan aan hun Instagram-profiel konden zien dat zij populair waren. Dit ging zo ver dat jongeren heel bewust op specifieke tijdstippen hun foto's plaatsten. Zo was 20:00 uur een goed tijdstip, aangezien mensen dan klaar zijn met avondeten en vaak actief zijn op Instagram. Zo zagen meer mensen de foto en was de kans op meer likes groter.

Jongeren geven aan dat zij, sinds zij iets ouder zijn geworden en Instagram langer gebruiken, minder waarde zijn gaan hechten aan deze bevestiging en dat zij meer ontspannen gebruik maken van Instagram. Jongeren geven aan dat zij inzien dat het op zoek zijn naar deze bevestiging niets oplevert. Dit komt deels omdat zij ouder geworden zijn (16+) en deels omdat hun omgeving ook anders omgaat met Instagram. Het lijkt dus een combinatie van ouder worden een veranderde sociale norm te zijn. Ondanks dat gelden ongeschreven regels als het likes van elkaars berichten wel nog steeds.

Reacties

Sociale status komt ook terug in de comments of reacties die mensen achter kunnen laten onder een (foto)bericht. Vrienden laten bijvoorbeeld, naast het geven van een like, weten dat ze het een leuke of mooie foto vinden.

Een aantal jongeren die vroeger heel erg bezig zijn geweest om het 'perfecte Instagramaccount' te creëren, vertelt dat zij en vriendinnen vaak tien keer dezelfde reactie onder een foto van een vriendin plaatsten. Op deze manier leek het erop alsof iemand heel erg populair was, omdat er tientallen berichten onder een foto stonden. De inhoud van deze berichten was ondergeschikt aan de frequentie. Vaak waren het alleen maar hartjes of afkortingen dat iemand er mooi uit ziet. Dit speelde meer bij meisjes dan bij jongens, maar ook bij jongens komt dit voor. Hier worden bijvoorbeeld emoji's van spierballen geplaatst in plaats van hartjes.

"Een reactie geven laat zien dat je betrokken bent bij een persoon. Vooral als je getagd bent hoor je te liken en reageren."

Het is een ongeschreven regel om deze reacties te plaatsen onder een foto van een goede vrienden of vriendin. Zoals het ook voor likes geldt, dat het not-done is om een bericht niet te liken, geldt dit ook voor het plaatsen van een reactie. Er wordt echter wel aangegeven dat dit vooral speelde in het begin van Instagram, toen de jongeren nog jonger waren, en dat het nu vooral nog gebeurt door de jongere generatie Instagram-gebruikers. Jongeren zien de meerwaarde niet meer van het hebben van heel veel likes en volgers en hebben ook geen zin meer om hier nog heel veel moeite voor te doen. De mindset is veranderd naarmate zij ouder zijn geworden. In de focusgroepen zijn vooral jongeren gesproken van 16 en ouder. Er wordt aangegeven dat de 'nieuwe generatie' die Instagram gebruiken wel nog erg hun best doen om zo populair mogelijk gezien te worden. Het gaat hier om jongeren die in het begin van hun middelbare schooltijd zitten, met name eerste en tweede klas.

Hoektag

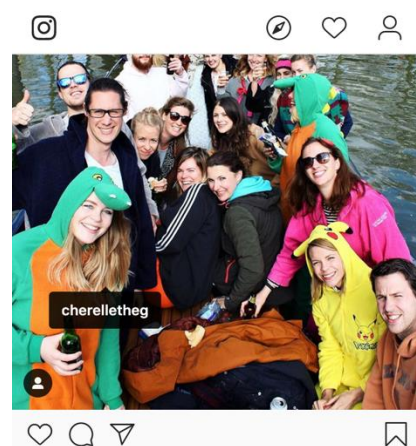
Op Instagram kunnen vrienden elkaar 'taggen' in foto's, waardoor mensen die de foto bekijken aan de tag kunnen zien wie de andere persoon op de foto is. Dit is hoe de functie oorspronkelijk is bedacht door Instagram, maar jongeren hebben er een eigen draai aan gegeven. Het idee is dat de beste vrienden van een persoon allemaal in een hoek van een foto worden getagd, ook wanneer deze niet op de foto staan. Op deze manier laat de maker zien dat deze aan zijn of haar vrienden denkt. Het is een blijk van waardering waardoor zichtbaar wordt wie de beste vrienden zijn. Ook wordt hiermee duidelijk gemaakt wanneer er bijvoorbeeld ruzies spelen, dan wordt iemand niet getagd in de foto.

"Het is ook een beetje laten zien dat je veel vrienden hebt en wie mijn beste vrienden zijn. Als je ineens niet getagd werd door een vriendin, was het best wel een mes in je rug."

Het taggen heeft naast het bekend maken van goede vrienden nog een functie. Het komt voor dat er in een foto een groep jongens aan de ene kant en een groep meisjes aan de andere kant worden getagd. In een volgende foto die geplaatst wordt, worden er één jongen en één meisje meer richting het midden van de foto geplaatst. In een derde foto staan deze twee personen nog meer naar het midden en richting elkaar. Dit wordt gedaan om aan te geven dat een van deze twee personen de andere persoon leuk vindt.

Het taggen is dus een soort manier om met elkaar te flirten. Ook hierbij hoort wel de kanttekening dat de jongeren die gesproken zijn, dit niet meer doen, maar dat het wel nog gebeurt bij jongere Instagram-gebruikers.

"Ik denk dat dat taggen ook een vorm van buitensluiten is: je hoort er niet bij. Voor veel vriendschappen betekent dit het einde wanneer je niet getagd wordt."



Cijfergooien

Naast het taggen en alle regels die hierbij komen kijken, ontstaan er vaker verschillende trends. Jongeren vertellen dat er verschillende accounts bestaan waar jongeren op hun foto's beoordeeld worden. Dit wordt 'cijfergooien' genoemd. Jongeren sturen hun eigen foto op naar een bepaald account dat deze foto dan plaatst. In de reacties op die foto kunnen mensen de foto beoordelen met een cijfer, op basis van het uiterlijk van de persoon op de foto. Zo worden er wedstrijdjes gehouden waar er twee foto's naast elkaar geplaatst worden, en degene die het best beoordeeld wordt door de volgers van het 'cijfergooi-account', wint de ronde en gaat zo verder totdat er een uiteindelijke winnaar is. Jongeren geven aan dat beoordeeld worden op uiterlijk veel pijn

kan doen. Toch kiezen jongeren er vaak voor om een tweede keer mee te doen in de hoop dat mensen de tweede keer een hoger cijfer zouden geven. Het lijkt dat jongeren hun eigen onzekerheid proberen te doorbreken door bevestiging te ontvangen van anderen, vaak onbekenden. Hoewel dit pijn kan doen, werkt het blijkbaar zo sterk, dat zij vaker een poging wagen om deze bevestiging te krijgen. Jongeren zijn zich bewust van de pijn dit kan doen, maar blijkbaar weegt dit niet op tegen de mogelijke bevestiging dat zij knap genoeg zijn.

Hoewel jongeren zelf anders zeggen lijkt het er dus toch op dat jongeren indirect op zoek zijn naar een bepaalde vorm van bevestiging. Misschien niet in de vorm van het aantal likes of volgers maar op andere manieren. Het elkaar taggen en het begrip 'cijfergooien' zijn beide vormen van zoeken naar bevestiging. Het lijkt er onder jongeren toch veel sprake is van onzekerheid en het op zoek zijn naar bevestiging terwijl ze dit in eerste instantie lijken te ontkennen.



2.3. Snapchat

Veel vrienden

Sociale status speelt op Snapchat gedeeltelijk een rol. Zo hebben jongeren in het algemeen heel veel vrienden of contacten op Snapchat, ook regelmatig mensen die zij in het echt niet kennen, maar waar zij via Snapchat mee in contact zijn gekomen. Snapchat wordt ingezet om nieuwe vrienden mee te maken. Zo zijn er andere apps die Snapchat-accounts met elkaar koppelen. Het principe werkt als Tinder, maar in plaats van Tinderprofielen, worden er Snapchat-gebruikersnamen goed- en afgekeurd. Wanneer beide partijen de andere gebruikersnaam accepteren, hebben zij elkaar als contact erbij. Deze apps worden gebruikt om massaal nieuwe contact toe te kunnen voegen. Het opmerkelijke van het hebben van heel veel Snapchatcontacten is dat deze contacten voor anderen niet zichtbaar is.

Het hebben van veel Snapchatvrienden lijkt een vorm van bevestiging voor jongeren zelf te zijn. Aangezien het aantal contacten niet te zien is voor anderen, is het een persoonlijk belang van jongeren. Het valt dus niet helemaal te categoriseren als 'status', aangezien status iets is wat getoond kan worden aan anderen. Toch lijken jongeren het belangrijk te vinden en hechten ze waarde aan dit aantal contacten.

Privacy

Een van de belangrijkste elementen van Snapchat is dat gestuurde foto's, video's of berichten na een bepaalde tijd weer verdwijnen. Tenzij er door de oorspronkelijke maker van een foto of bericht gekozen wordt om iets te bewaren, verdwijnen alle gegevens vanzelf weer. Voor veel jongeren die Snapchat gebruiken is dit een hele belangrijke factor omdat ze zo vrij zeker zijn dat er geen misbruik gemaakt kan worden van dingen die zij ooit een keer gezegd of gestuurd hebben. Voor hen is deze privacy veel belangrijker dan voor jongeren die met name Instagram en WhatsApp gebruiken. De waarde die deze jongeren aan hun privacy hechten is ook een belangrijk reden dat zij kiezen voor Snapchat.

Jongeren hechten volgens hen niet per se waarde aan deze privacy omdat zij alleen maar beschamende dingen plaatsen die anderen niet mogen zien, maar met name omdat ze het niet nodig vinden dat alles bewaard blijft. Zij vinden het niet nodig dat iedereen alles terug kan lezen. De reden die zij hiervoor geven is dat sommige dingen die gestuurd worden te maken hebben met het moment 'zelf' dat iets gestuurd wordt en is op een later moment misschien helemaal niet meer relevant is. Zij vinden het daarom dus niet nodig dat mensen dit nog kunnen terugvinden.

Het is niet duidelijk of jongeren uit principe vinden dat gegevens niet bewaard hoeven blijven, of dat hier toch nog een persoonlijk belang aan hangt. Jongeren zeggen dat zij vinden dat gegevens uit principe niet bewaard moeten blijven, maar het lijkt er indirect op dat het hen op momenten ook wel goed uitkomt wanneer zij niet verantwoordelijk gehouden kunnen worden voor bepaalde dingen die zij gezegd hebben.

Screenshots

Bij apps als WhatsApp en Instagram, kunnen mensen screenshots maken van de gegevens van een anderen. Jongeren geven aan dat dit regelmatig gebeurt waarna er grappen over iemand wordt gemaakt op basis van de foto van die persoon. Deze worden dan doorgestuurd tussen vriendengroepen. Wanneer Snapchat wordt gebruikt, zijn jongeren er redelijk zeker van dat deze gegevens niet meer beschikbaar zijn voor mensen die er vervelende bedoelingen mee hebben. Als iemand een screenshot maakt van een Snapchatfoto of bericht, krijg de oorspronkelijke maker een bericht, dat iemand een screenshot heeft gemaakt. Jongeren vinden dit bericht heel erg belangrijk.

Bijna alle jongeren die Snapchat gebruiken lijken een bepaald vertrouwen naar de mensen die zij op social media hebben te missen. Hierdoor vinden zij het een prettig idee dat hun gegevens niet permanent online blijven. Dit is een belangrijke reden dat zij Snapchat een prettige app vinden en daarmee veel gebruiken.

“Je wilt wel weten dat iemand een screenshot maakt. Het ergste is dat er iets wordt doorgestuurd. Als het in een privéverhaal terechtkomt is dat het ergste, want dan kan je het zelf niet zien.”

Het gaat hen er meer om dat ze zeker weten wat er met hun gegevens gebeurt, dan dat deze gegevens verspreid worden. Het gaat om de zekerheid, minder om de gevolgen ervan. De zekerheid is wat telt en dat is ook de reden dat zij zo actief zijn op Snapchat in plaats van andere apps, waar deze zekerheid niet gegarandeerd kan worden. Daarbij moet gezegd worden dat de Snapchat-doelgroep jonger was dan de groepen van WhatsApp of Instagram. Mogelijk heeft leeftijd te maken met het feit dat jongeren hier zo veel belang aan hechten.

“Met niet gênante foto's is het minder erg. Maar het is wel echt vervelend. Iemand doet dat zomaar zonder reden. Iemand moet er naar vragen. Het is heel vervelend dat er dan bijvoorbeeld lelijke foto's bewerkt worden.”

2.4. Conclusie

Het lijkt erop dat sociale status en het belang dat eraan wordt gehecht, afhankelijk is van de leeftijd van jongeren. De meeste jongeren die mee hebben gedaan aan het focusgroeponderzoek waren tussen de 16-18 jaar oud. Zij gaven aan dat belang hechten aan sociale status belangrijker was toen ze nog jonger waren, zo rond de 13 jaar oud en aan het begin stonden van de middelbare schoolperiode. Op dat moment waren zij meer op zoek naar bevestiging van anderen. Dit was goed af te lezen aan hun gedrag op social media, met name Instagram.

Aan WhatsApp wordt minder status afgelezen, vooral omdat hier geen zichtbare statistieken worden bijgehouden die iets zeggen over iemands status. Jongeren gaven daarbij aan dat statistieken als aantal berichten, aantal groepsapps en aantal contacten geen indicatoren waren voor iemands sociale status. Een aantal jongeren vonden WhatsApp ook geen klassieke vorm van social media. Dit zou een reden kunnen zijn dat sociale status hier minder een rol speelt, al is het niet duidelijk of sociale status op andere socialmediakanalen wel een rol speelt. Verder worden Snapchat meer gebruikt voor het privégebruik waardoor het veel minder openbaar is dan Instagram. Op Snapchat is er ook geen profiel beschikbaar dat anderen kunnen bekijken. Er kunnen alleen maar foto's en video's verstuurd worden. Het komt erop neer dat Instagram het enige platform is van deze drie waar de sociale status op de voorgrond staat. Het is het enige kanaal waar expliciet wordt gevraagd naar waardering door middel van likes en volgers. Dit speelt geen rol op Snapchat en WhatsApp.

Jongeren geven expliciet aan weinig waarde te hechten aan sociale status, maar het lijkt erop alsof ze er impliciet toch veel mee bezig zijn. Zo zijn jongeren op WhatsApp heel erg bezig met het feit of ze wel of niet genegeerd worden door anderen, wordt op Instagram toch veel waarde gehecht aan de likes, misschien minder aan het aantal maar wel aan de persoon erachter en zijn er aparte apps voor Snapchat waar jongeren zo veel mogelijk vrienden proberen te krijgen.

TeamAlert

jongeren met **impact**



ZELFPRESENTATIE



Hoofdstuk 3: Zelfpresentatie

3.1. Achtergrond/theorie

Met zelfpresentatie wordt de mate bedoeld waarin jongeren het belangrijk vinden zichzelf op een zo mooi of goed mogelijke manier te presenteren. De reden hiervoor is dat dit zou bijdragen aan hun sociale status (LaFontana & Cillessen, 2010). Hoe mooier iemand is of op de foto staat, hoe beter deze persoon beoordeeld wordt. De vraag is in hoeverre jongeren hier belang aan hechten en mee bezig zijn.

Tijdens de focusgroepen is aan jongeren gevraagd om twee foto's te maken. Eén foto die zij theoretisch zouden kunnen plaatsen op social media en één foto die zij nooit zouden plaatsen. Daarna is besproken wat redenen zijn om bepaalde foto's wel of niet te plaatsen of sturen. Het doel was om te achterhalen in hoeverre jongeren waarde hechten aan het maken van een zo mooi mogelijke foto. Daarbij is er gekeken of er ook verschillen bestaan tussen de verschillende apps.

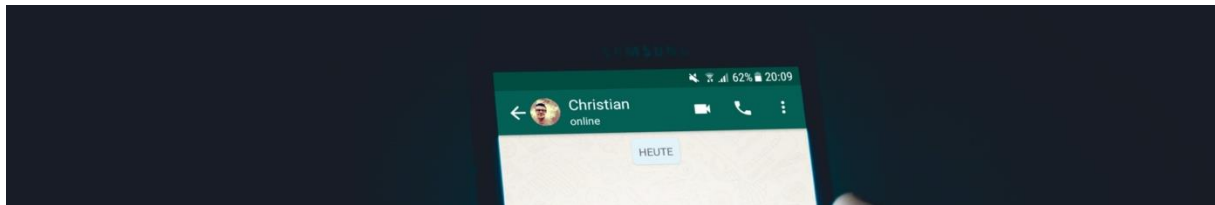


3.2. WhatsApp

Op WhatsApp speelt zelfpresentatie de minst grote rol vergeleken met de andere twee kanalen. Op WhatsApp ligt de focus meer op het gesprek zelf dan op de media die erop verstuurd wordt. De media die wordt verstuurd zijn meestal geen foto's van de persoon zelf, maar eerder foto's over onderwerpen waar het over gaat. Dit kunnen grappige plaatjes zijn, maar ook foto's van bijvoorbeeld werkroosters.

Profielfoto

Het is voor jongeren belangrijk om een profielfoto te hebben. De profielfoto is de foto die iemand instelt die alle contacten die iemand heeft kunnen zien. Jongeren zien de profielfoto als een visitekaartje dat de persoonlijkheid van iemand goed moet weerspiegelen. De foto moet dus leuk maar ook persoonlijk zijn. Het gebruik van filters of heel erg poseren zijn zaken die niet worden gedaan wanneer jongeren een profielfoto op WhatsApp maken. Het belangrijkste is dat de foto spontaan is, zodat mensen een goed beeld krijgen hoe iemand is.



Info

De info op WhatsApp is bedoeld om een klein beetje informatie over jezelf te kunnen plaatsen. Hier kan een verhaaltje, een zin of een emoji worden geplaatst. Jongeren vinden deze informatie minder belangrijk dan de profielfoto, met als grootste reden dat de info minder bekeken wordt dan de profielfoto. Jongeren vinden dat wanneer iemand iets opschrijft bij de info, dit de persoon ook moet representeren. Aangezien een WhatsApp-account altijd openbaar is voor alle contacten, is het belangrijk dat de gegevens die geplaatst zijn voor alle contacten op WhatsApp relevant zijn en niet alleen voor de beste vrienden. Een werkgever moet niet raar opkijken van de profielfoto en de informatie van een werkgever.

Foto's sturen

Wanneer het gaat om de media die worden verstuurd (foto's en video's) wordt WhatsApp met name gebruikt wanneer afbeeldingen bewaard moeten blijven in een groep. Afbeeldingen op WhatsApp zijn dus of heel erg leuk, of functioneel. In vriendengroepen worden veel leuke afbeeldingen rondgestuurd, die voor de meeste groepsleden leuk en relevant zijn om te zien en eventueel te bewaren. Hier komt ook weer terug dat het doel

van de groepsapp of het doel van een gesprek bepalend is voor de content die wordt gestuurd. Wanneer het een serieuze groepsapp is, worden er over het algemeen serieuze foto's doorgestuurd, bijvoorbeeld van schema's, roosters en andere informatieve informatie. Wanneer het een informeel en gezellig gesprek is, kan het type foto's en video's weer veranderen.

Nadenken voor versturen

De mate van zelfpresentatie valt ook terug te lezen in het aantal spelfouten dat iemand maakt bij het schrijven van een bericht. Jongeren vinden dat veel spelfouten maken geen professionele uitstraling heeft. Zij proberen wanneer zij een WhatsAppgesprek voeren met iemand waar zij het belangrijk vinden om netjes over te komen, zo min mogelijk typfouten te maken. Naast het maken van spelfouten gaat deze professionele uitstraling ook over het nadenken voordat een bericht wordt verzonden. Net zoals jongeren in het echt wel eens een woord of zin 'uitflappen' gebeurt dit ook op WhatsApp. Jongeren dat wanneer zij een net gesprek voeren, zij beter opletten en langer nadenken voordat zij een antwoord geven. Dit verschilt wanneer zij met goede vrienden een gesprek voeren. Hier schrijven zij alles wat in hen opkomt, ook wanneer dit minder gepast is en volstaat met spelfouten. Jongeren houden rekening met de ontvanger van het bericht en maken een inschatting in hoeverre het belangrijk is dat zij een goede indruk achterlaten. In principe is het eenzelfde afspiegeling als wanneer mensen elkaar in het echt zien. Wanneer jongeren het gevoel hebben serieus te moeten zijn, is dit terug te zien in hun manier van appen.



3.3. Instagram

Perfekte plaatje

Jongeren vinden het belangrijk om op Instagram een mooie weergave van het leven te tonen. Om die reden is het belangrijk dat foto's er mooi en gelikt uitzien.

De jongeren die aanwezig waren bij de focusgroepen vertelden dat veel jongeren proberen een perfect Instagram-profiel te maken om op die manier een hoge status te verwerven. Zij proberen zo mooi mogelijke foto's en zo veel mogelijk volgers te krijgen. Door veel filtergebruik en het plaatsen van alleen maar mooie foto's van leuke momenten (vakanties etc.) scheppen zij een onrealistisch beeld van hun leven. De aanwezige jongeren gaven aan dit niet de manier te vinden waarop Instagram gebruikt zou moeten worden, maar gaven wel toe dit ook gedaan te hebben toen zij nog jonger (13/14 jaar) waren. Zij waren toen nog gevoeliger voor de sociale druk om leuk gevonden te worden en waren op die manier op zoek naar bevestiging.

Jongeren geven aan zelf Instagram niet meer te gebruiken op de manier zoals jongere kinderen (13/14 jaar) dit doen maar dat zij het wel op die manier gebruikt hebben toen zij zelf jonger waren. Met de jongeren is besproken hoe zij probeerden hun Instagramaccount zo perfect mogelijk te laten lijken. Het 'perfecte account' houdt in dat jongeren proberen zo veel mogelijk likes te ontvangen op hun foto's en volgers te krijgen op hun account. Op verschillende manieren hebben jongeren geprobeerd dit te bereiken. Zo voegden zij veel filters toe aan foto's zodat de foto's zo mooi mogelijk eruit kwamen te zien, ook al betekende dit dat zij er anders uitzagen dan in het echt. Zoals eerder besproken in het hoofdstuk over sociale status werden deze foto's op specifieke tijden geplaatst om zoveel mogelijk mensen te bereiken die dan online waren, waardoor de kans op likes zou toenemen. Verder volgden zij erg veel mensen, met de hoop dat deze mensen hen ook terug zouden volgen. Het ging hier ook om mensen die zij zelf niet (goed) kenden. Hierdoor zou het aantal volgers toenemen en daarmee de kans op likes. Ook werden de gemaakte foto's soms allemaal in dezelfde stijl geplaatst, bijvoorbeeld allemaal zwart-wit, waardoor het account er mooier uitzag. Sommige jongeren gaven aan dat het soms wel twee tot drie uur kon duren voordat zij hun foto plaatsten. Als laatste werd er nog heel lang nagedacht over de 'caption', de tekst die onder de foto staat.

Hierbij is het dus belangrijk in om in acht te nemen dat jongeren dit tegenwoordig veel minder doen. Waar in het begin van hun Instagramgebruik de focus erg lag om zo veel mogelijk likes en volgers te behalen, ligt de focus nu meer op het delen van leuke momenten. Wat anderen daarvan vinden wordt nu minder belangrijk

gevonden. Toch blijft het belangrijk om leuke en mooie momenten te delen, maar nu meer vanuit intrinsieke motivatie in plaats van omdat ze willen dat anderen hen waarderen.

Daarnaast beseffen jongeren heel goed dat wat er op Instagram getoond wordt, lang niet altijd de werkelijkheid is. Ze realiseren zich dat er vaak een mooier beeld wordt geschept dan wat er in werkelijkheid geldt. Ze weten van zichzelf dat zij hier zelf ook aan meedoen, maar proberen er wel rekening te houden dat het wel nog realistisch blijft.

Wat enigszins tegenstrijdig is, is dat jongeren het ook niet waarderen wanneer anderen negatieve of zielige verhalen plaatsen. Het lijkt er dus op dat een middenweg tussen positieve verhalen, maar wel een realistisch beeld, belangrijk is. Aangezien het in principe niet gewaardeerd wordt door leeftijdsgenoten wanneer er zielige of emotionele berichten worden geplaatst, doen jongeren dit dus ook niet. Zij vinden het daarbij zelf ook niet leuk om bij anderen te lezen. De meeste jongeren plaatsen dus met name vrolijke berichten, waarvan ze zelf aangeven dit ook leuk te vinden.

“Wanneer influencers depri dingen erop zetten, krijgen ze support. Wanneer wij depri dingen erop zetten krijgen we haatberichten.”

Accounts

Daarnaast geeft ongeveer de helft van de jongeren aan verschillende accounts te hebben. De jongeren die meerdere accounts hebben, hebben deze met verschillende redenen.

Het eerste account, dat iedereen heeft, is het ‘standaard’ account waarop jongeren hun leven delen met veel verschillende vrienden maar ook onbekenden. Dit is het account waarop jongeren graag hun leven zo mooi mogelijk laten zien, zonder daarbij het gevoel met de werkelijkheid kwijt te raken. Sommige jongeren zijn op zoek naar bevestiging van anderen en proberen met dit accounts veel likes en volgers te verzamelen. Dit is in principe het account zoals veel jongeren het gebruiken. Jongeren die hier minder mee bezig zijn gebruiken dit account om voor hen leuke momenten te delen met anderen, zonder bijbedoelingen.

Het tweede account is vaak kleiner, met minder volgers en minder mensen die worden gevolgd. In principe worden alleen maar goede vrienden gevolgd en volgen alleen maar goede vrienden dit account. De foto's die op dit account worden geplaatst zijn vaak persoonlijker en minder bedoeld voor een breed publiek. Deze foto's zijn niet allemaal even mooi, maar jongeren vinden deze wel leuk om te delen met goede vrienden. Het account staat vrijwel altijd privé en wordt alleen maar gevolgd door de beste vrienden. Er worden bijvoorbeeld persoonlijke foto's gedeeld, die niet iedereen hoeft te zien. Het heeft hier meer weg van een soort gedeeld fotoalbum, voor slechts de beste vrienden.

Sommige jongeren hebben daarnaast nog meer accounts. Dit wordt aangemaakt wanneer iemand het eerste account niet meer leuk vindt en bijvoorbeeld een nieuwe start wil maken. Dan wordt er een nieuw account aangemaakt waar iemand opnieuw zijn eigen draai aan kan geven.

Story

De story mode wordt door jongeren veel gebruikt op Instagram. Jongeren geven aan dat het plaatsen van deze foto laagdrempeliger is dan het plaatsen van een reguliere foto. Aan deze foto hangen minder eisen en deze hoeft minder perfect te zijn. Een oorzaak hiervan is dat de story gaat over een spontaan moment in tegenstelling tot een reguliere foto. Over een normale foto wordt vaak van tevoren goed nagedacht en wordt vaak gepland van tevoren. Een story gaat vaker over het moment zelf, waardoor het dus minder belangrijk is hoe de foto eruit ziet. Het is vooral belangrijk dat het moment goed vastgelegd wordt zodat iedereen kan zien wat een persoon op dat moment aan het doen is. Jongeren vinden het bij de story belangrijker dat mensen zien wat er gebeurt dan hoe het eruit ziet. Een kleine kanttekening hierbij is dat Instagram een platform blijft waarop mensen willen dat alles er goed blijft uitzien. Ook bij een story wordt er gekeken naar hoe het eruit ziet, echter wordt hier minder moeite en tijd ingestoken dan bij een reguliere foto.



3.4. Snapchat

Gebruikersnaam

Op Snapchat is er geen sprake van een profiel of profielpagina. Er wordt alleen gebruik gemaakt van een gebruikersnaam. Anderen kunnen zoeken op deze gebruikersnaam waarna zij die persoon kunnen toevoegen aan hun contacten. De persoon die wordt toegevoegd kan kiezen of hij dit verzoek accepteert of weigert. De gebruikersnaam is dus de enige informatie waarop mensen van tevoren een oordeel kunnen vormen op het 'profiel' van anderen. Jongeren geven aan dat deze gebruikersnaam vrij belangrijk is, omdat zij er direct op afgerekend kunnen worden wanneer deze niet 'cool' genoeg is. Op Snapchat is het niet mogelijk om de gebruikersnaam te wijzigen. Veel jongeren zijn in de loop van de tijd overgestapt op een ander profiel, omdat zij zich schaamden voor hun oude gebruikersnaam. Het imago dat zij overbrachten vonden ze te kinderachtig waardoor ze het gevoel kregen dat anderen hen niet 'cool' genoeg zouden vinden. Het aanpassen van de gebruikersnaam wordt als een van de belangrijkste toekomstige verbeterpunten gezien met betrekking hoe mensen zichzelf kunnen presenteren.

De reden lijkt te zijn dat jongeren op deze manier weer controle hebben over hun presentatie en niet meer onzeker hoeven te zijn over hun voorkomen op social media.

Filters

Over filters wordt ongeveer hetzelfde gezegd als bij Instagram. Grappige filters zijn leuk om te sturen. Het is leuk omdat het grappig is en omdat het er vaak dik bovenop ligt dat het nep is. Het wordt een beetje raar of vervelend wanneer mensen het gebruiken om zichzelf mooier of leuker te maken, in de hoop dat anderen hen mooier vinden. Omdat jongeren met Snapchat vaak heel veel contacten hebben, die elkaar echt niet altijd in het echt zien, is het makkelijker om jezelf mooier voor te doen dan dat je eigenlijk bent. Jongeren vinden het vervelend als filters met dat doel worden ingezet.

3.5. Conclusie

Het lijkt erop dat jongeren aan de ene kant wel veel waarde hechten aan de zelfpresentatie, maar dat het wel belangrijk is om een realistische weergave te laten zien. Jongeren staan graag mooi en goed op (profiel)foto's, maar willen wel graag dat mensen kunnen zien wie zij echt zijn in plaats van een neppe versie te tonen. Het wordt ook gewaardeerd als anderen dat doen.

Gebruik maken van foto's met filters kan leuk zijn, maar zijn meer geschikt om naar goede vrienden te sturen. Het is dan duidelijk dat de filter als 'grap' of als 'vermaak' gebruik wordt. Wanneer het gaat om foto's die onbekenden of meer zakelijke relaties te zien krijgen, vinden jongeren het belangrijk om een realistische weergave te tonen. Het gebruik van filters hoort hier niet bij. Verder vinden jongeren spontaniteit en foto's waar jongeren met vrienden op te zien zijn, goede manieren voor zelfpresentatie. Er worden ook veel foto's gestuurd waar jongeren niet goed op staan, of foto's die niet voor iedereen beschikbaar zijn. Dan wordt er gezorgd dat deze foto's privé gestuurd worden. Jongeren maken zelf onderscheid in welke inhoud privé moet blijven en welke wat openbaar wordt.

Er wordt goed nagedacht welk type foto op welke manier verstuurd of geplaatst wordt. Omdat ieder platform weer van elkaar verschilt en daarbinnen weer verschillende opties zijn, verschilt ook de manier waarop jongeren foto's plaatsen en versturen. Jongeren houden hier erg veel rekening mee.

Op de laatste plaats staat het Snapchat-privégesprek. De media die hierin terechtkomt, is alleen beschikbaar voor een selecte vriendengroep, of zelf maar voor één iemand. Het verschil met een foto via WhatsApp sturen en het sturen van een Snapchatfoto in een privé-chat, is dat de foto op Snapchat ook weer verdwijnt. Dezelfde selecte groep mensen krijgt de foto te zien, maar bij Snapchat weten jongeren zeker dat de foto niet ooit weer zal opduiken. Dit geeft veel meer zekerheid.

Een laatste conclusie is dat jongeren veel waarde hechten aan het feit dat mensen zichzelf moeten zijn op social media. Jongeren vinden het vervelend als mensen zich anders voordoen dan dat zij echt zijn. Op WhatsApp is dit minder van toepassing, maar op Instagram, Snapchat en zelfs TikTok komt dit sterk naar voren. Door het gebruik van filters, of juist het selecteren van alleen maar perfecte momenten of perfecte plaatjes, wordt een beeld neergezet dat niet strookt met de werkelijkheid. Jongeren prikken hier voor hun gevoel snel doorheen, en pleiten er eigenlijk voor dat mensen vooral moeten plaatsen wat zij leuk vinden, en niet wat zij denken dat anderen leuk vinden.

TeamAlert

jongeren met **impact**



SOCIALE DRUK



Hoofdstuk 4: Sociale druk

4.1. Achtergrond

Het beeld heerst dat jongeren veel last hebben van sociale druk. Doordat de smartphone de hele dag door gebruikt wordt, wordt social media ook de hele dag door gebruikt en gecheckt. Door functies waar kan worden gecontroleerd of iemand een bericht heeft gezien of gelezen en hoe laat iemand voor het laatst online is geweest, kan de controle op elkaar heel hoog zijn. In dit deel van de focusgroep is er uitgezocht in hoeverre jongeren dit ervaren en hoe zij hiermee omgaan.



4.2. WhatsApp

Blauwe vinkjes

Jongeren hebben als ongeschreven regel dat zodra een bericht geopend en gelezen is, zij hier direct op reageren. Wanneer jongeren een bericht binnenkrijgen op het meldingvenster, scannen zij de inhoud en de afzender van dit bericht. Door de melding te scannen, kunnen zij voor het openen van het bericht al zien hoe belangrijk het bericht is. Jongeren schatten de prioriteit in van een bericht op basis van inhoud en afzender. Op basis daarvan bepalen zij of ze het bericht openen om te reageren of dat ze dit op een later moment doen.

“Ik open het bericht pas als ik zeker weet dat ik kan reageren.”

De reden dat zij dit doen is omdat de ander kan zien of zij het bericht hebben geopend. Door middel van blauwe vinkjes op WhatsApp krijgt de verzender van een bericht te zien of zijn of haar bericht is geopend. Wanneer ze dit niet zouden doen, zou de ander doorhebben dat het bericht gelezen is, maar er geen antwoord wordt gegeven. Dit laatste is een van de meest belangrijke ongeschreven regels onder jongeren op social media. De ander mag niet het gevoel krijgen genegeerd te worden. Jongeren vinden het ook heel vervelend wanneer dit bij henzelf gebeurt, zoals ook in het hoofdstuk over sociale status te lezen is. Jongeren geven aan een heel onrustig en gestrest gevoel te krijgen wanneer iemand hun bericht heeft geopend, maar er niet gereageerd wordt. Het is niet vervelend om weinig berichten te krijgen, maar het is wel vervelend wanneer iemand niet reageert.

“Je krijgt het gevoel dat iemand jou niet belangrijk vindt. Reageren kost helemaal geen moeite.”

Jongeren geven aan dat er geen reden is om iemand te laten wachten, omdat een appje sturen geen moeite kost. Hoewel zij dit in feite allemaal zeggen, gedragen zij zich hier niet volledig naar. Jongeren negeren elkaar in principe wel, maar het verschil zit erin dat zij dit niet laten merken. Hierdoor wordt de ander in de waan gelaten dat het bericht niet gelezen is, terwijl de persoon die het bericht heeft ontvangen, via een melding het bericht heeft kunnen zien.

Jongeren geven daarbij aan dat ‘weten’ genegeerd te worden nog veel erger is dan genegeerd worden. Jongeren houden dus de schijn op dat zij het bericht niet hebben gezien door het bericht niet te openen, terwijl ze eigenlijk al lang weten dat zij dat bericht hebben binnengekregen. Daarnaast weten bijna alle jongeren van deze ‘ongeschreven regel’ en gebruiken ze WhatsApp toch bijna allemaal op deze manier.

“Ik word liever genegeerd i.p.v. dat ik zie dat ik genegeerd word.”

Bijna alle jongeren geven aan gebruik te maken van deze blauwe vinkjes. Het lijkt alsof zij op deze manier een soort controle ervaren en zo weten hoe de ander zich gedraagt nadat die persoon een bericht ontvangt. Er zijn enkele uitzonderingen op deze regel.

Het is ironisch dat jongeren elkaar op deze manier ‘voor de gek’ proberen te houden, maar dat ze dit allemaal bij elkaar doen. Het is dus goed mogelijk dat jongeren ergens wel weten genegeerd te worden, maar omdat er geen hard bewijs voor is -in de vorm van een blauw vinkje- doen ze alsof dit niet zo is.

Er zijn jongeren die simpelweg geen boodschap hebben aan deze ongeschreven regels en pas reageren wanneer dit hen zelf uitkomt, zonder hierbij rekening te houden met wat de ander wel of niet kan zien en weten. Jongeren zeggen hierbij dat zij wel rekening houden met deze personen die zich niet aan de ongeschreven regels houden. Omdat dit uitzonderingen zijn, accepteren jongeren het van deze personen wel weer wanneer ze een bericht openen maar niet lezen.

Laatst gezien

Door middel van de ‘laatst gezien’ optie kan er gekeken worden hoe laat de andere persoon voor het laatst online geweest is. Zodra jongeren dus nog geen blauwe vinkjes zien bij hun bericht, maar iemand wel in die periode online is geweest, weten jongeren dus alsnog dat zij genegeerd worden. Sommige jongeren kiezen er voor om deze optie uit te zetten, zodat zij niet op die manier gecontroleerd kunnen worden. Dat betekent echter wel dat zij het bij anderen ook niet meer kunnen zien, net zoals bij de blauwe vinkjes geldt. Daarnaast geven jongeren aan dat zij deze optie uitzetten zodat bijvoorbeeld ouders of de werkgever niet kunnen zien hoe laat zij nog online zijn geweest.

Jongeren die de optie wel aan laten staan, nemen soms verregaande maatregelen om te zorgen dat anderen niet kunnen zien dat zij online geweest zijn. Zo wordt soms de wifi- of internetverbinding uitgezet, zodat het toestel niet registreert dat zij online zijn geweest, waardoor ze wel berichten kunnen lezen, maar er niet wordt doorgegeven dat zij online geweest zijn. Hiermee omzeilen zij de technische functies van WhatsApp.

Uit de focusgroep komt ook naar voren dat jongeren zichzelf op dit punt enigszins hypocriet vinden. Aan de ene kant willen ze profiteren van deze functies van WhatsApp, maar ze hebben liever niet dat ze gecontroleerd kunnen worden door anderen. Toch kiezen de meeste jongeren ervoor om de functies aan te zetten, ondanks dat anderen het dan ook bij hen kunnen zien.

Meldingen

De meeste jongeren hebben hun meldingen aanstaan zodat zij goed op de hoogte blijven of zij reacties van anderen hebben ontvangen. Zoals eerder beschreven wordt door middel van de meldingen een ‘scan’ gemaakt of het binnenkomende bericht belangrijk genoeg is om meteen op te reageren. Vaak wordt er wel nog onderscheid gemaakt tussen groepsapps, waarvan ze meldingen vaak uitzetten, en privéchats, waar de meldingen wel vaak aanstaan. Privéchats worden als belangrijker gezien, omdat iemand specifiek één persoon bericht. Jongeren vinden het fijn hier een melding van te krijgen, omdat hier het gevoel van urgentie meer speelt. Daarnaast kan het bij groepsapps voorkomen dat er heel veel berichten verstuurd worden, waardoor jongeren de hele dag door meldingen binnenkrijgen. Vaak zijn deze berichten niet allemaal relevant. Door groeps meldingen uit te zetten, ontvangen jongeren alleen meldingen die in hun ogen belangrijk genoeg zijn om mogelijk daarna direct te kunnen openen.

Veel jongeren geven aan dat zij juist onrustig kunnen worden wanneer zij de meldingen uitzetten. Dus in plaats van dat het rust oplevert omdat iemand niet meer steeds hoeft te krijgen, worden jongeren onrustig en gaan zij hun telefoon steeds controleren in de hoop dat iemand al gereageerd heeft. Een ander deel geeft juist aan de het uitzetten van de meldingen wel rustgevend werkt.



4.3. Instagram

Blauwe vinkjes/laatst gezien

Sociale druk zoals jongeren dat bij WhatsApp ervaren, speelt een stuk minder bij jongeren die veel Instagram gebruiken. De grootste reden hiervoor is dat de chatfunctie op Instagram heel anders gebruikt wordt dan op WhatsApp en Snapchat. Waar er bij de WhatsApp en Snapchat echt gesprekken worden gevoerd en mensen graag antwoord willen hebben wanneer zij een gesprek voeren, gaat het bij Instagram veel meer om het sturen van leuke content en 'memes'. Hierdoor is de noodzaak voor een snelle reactie minder groot en is het dus minder belangrijk wanneer er gereageerd wordt. 'Laatst gezien' is op Instagram geen functie, maar het kunnen zien of iemand het bericht gelezen heeft wel. Toch kwam er uit de focusgroepen niet naar voren dat het controleren of de ander het bericht al heeft gelezen een belangrijk item was voor jongeren die Instagram gebruikten.

Controleren

Wat bij Instagram opvallend is, is dat jongeren hier veel meer waarde hechten aan het feit of hun vrienden hen wel de bevestiging geven die zij verwachten. Zoals eerder besproken in het hoofdstuk "sociale status", hechten jongeren (impliciet) veel waarde aan de bevestiging die zij krijgen. Door middel van de meldingen die jongeren krijgen, houden zij in de gaten of zij al likes of reacties hebben gekregen van hun vrienden. Deze vorm van sociale druk gaat dus minder om de directe communicatie, maar meer om het in de gaten houden van elkaars acties. De ongeschreven regels van Instagram dat je vrienden wel een like geeft, wordt op deze manier ook gecontroleerd.

Meldingen

Op Instagram hebben jongeren hun meldingen meestal (gedeeltelijk) uitstaan. Op Instagram kan er gekozen worden welke meldingen aan- en uitgeschakeld worden. Zo worden meldingen dat iemand een like heeft gegeven op een foto vaak uitgeschakeld, maar wanneer iemand een direct bericht krijgt, wordt dit vaak wel aangezet. Op een bericht hebben jongeren namelijk het gevoel actie te moeten ondernemen in de vorm van reageren. Wanneer iemand een like ontvangt, hoeft daar verder niks mee gedaan te worden. Meldingen voor reacties wisselt onder de doelgroep. Sommige jongeren vinden het fijn wanneer ze deze ontvangen, terwijl anderen daar minder waarde aan hechten.

Screenshots

Op Instagram worden er weinig screenshots gemaakt van foto's of gegevens van anderen. Dit komt ten eerste omdat foto's vaak openbaar geplaatst worden. Hierdoor zijn er geen screenshots nodig, aangezien iedereen de foto's gewoon kan zien. Foto's worden immers gedeeld met de buitenwereld, waardoor het ook niet erg is wanneer deze foto door anderen bekeken wordt. Wanneer iemand een privéaccount heeft, kunnen alleen mensen die zijn geaccepteerd de foto's bekijken. Jongeren zijn daarom niet bang dat er screenshots gemaakt worden en dat anderen foto's zullen doorsturen.

Screenshots van de chatfunctie komt in principe ook bijna niet voor. Omdat het chatten dus een andere functie heeft dan op WhatsApp en Snapchat, bestaat er weinig meerwaarde om hier screenshots te maken. Daarnaast wordt er vooral met vrienden gechat, die in het algemeen geen privégesprekken zullen doorsturen.



4.4. Snapchat

Gelezen berichten

Net als WhatsApp wordt er op Snapchat ook gecommuniceerd door met elkaar te chatten. In het chatscherm op Snapchat kan iemand zien wanneer de ander aan het typen is, net zoals dat bij WhatsApp te zien is. Jongeren geven aan het erg vervelend te vinden wanneer zij zien dat iemand aan het typen is, en dit daarna weer verdwijnt. Dit betekent volgens hen dat iemand het bericht gelezen heeft, maar het vervolgens niet belangrijk genoeg vindt om direct een reactie te geven. Voor jongeren betekent dit dat zij genegeerd worden door de ander. Om te omzeilen dan de ander dit 'negeren' doorheeft, maken jongeren, net als op WhatsApp, gebruik van 'trucjes', zodat de ander niet kan zien dat de foto of het bericht al een keer bekeken is. Door de wifiverbinding uit te schakelen wanneer Snapchat al geopend is en dan de foto te bekijken, registreert Snapchat niet dat de foto is geopend en krijgt de maker van de foto niet te zien dat de foto of het bericht al geopend is. Hierdoor kunnen jongeren foto's en berichten in alle rust bekijken, zonder meteen het gevoel te krijgen te moeten reageren en bang te zijn iemand te laten merken dat die persoon genegeerd wordt.

"Als ik niet wil laten zien dat ik het geopend heb doe de wifi uit, open ik de snap, en doe wifi pas weer aan als ik wil antwoorden. Ik heb ook weleens Snapchat verwijderd om dit te voorkomen."

"Ik vind het vervelend als anderen niet snel genoeg antwoorden. Ik verwacht toch zeker wel een reactie."

Een bijkomend probleem dat ook te maken heeft met op tijd kunnen reageren en het negeren van de ander zijn storingen die volgens jongeren nog wel eens voorkomen bij Snapchat. Wanneer er een storing plaatsvindt, houdt dit meestal in dat jongeren geen foto's of berichten kunnen sturen naar anderen. Wanneer er een storing plaatsvindt terwijl jongeren midden in een gesprek zitten, geven ze aan bang te zijn dat anderen het gevoel krijgen genegeerd te worden. Er komt geen reactie meer, terwijl ze midden in een gesprek zaten. Jongeren vinden het een regel om aan te geven wanneer zij niet meer kunnen reageren. Zij vinden het onbeleefd om dit niet te doen. Het geeft jongeren een onrustig en onzeker gevoel wanneer hen dit overkomt.

Meldingen

Ook voor de jongeren die Snapchat gebruiken geldt dat zij in het algemeen meldingen aan hebben staan. Het uitzetten van meldingen zorgt ook bij hen voor onrust, aangezien ze dan zelf in de gaten gaan houden of er weer nieuwe updates zijn waar ze op kunnen reageren.

Het geeft meer stress wanneer je niet weet of je moet reageren op een bericht. Het geeft juist minder stress wanneer je een melding krijgt want dat weet je wanneer je moet reageren"

Ook hier wordt er nog een onderscheid gemaakt tussen privé- en groepschats. Vaak worden groepsmeldingen uitgeschakeld aangezien deze chats vaak erg actief zijn en jongeren daardoor de hele tijd door meldingen binnenkrijgen. Bij privéchats is dit minder. Wanneer jongeren privé worden aangesproken is dit direct naar hen gericht en is de noodzaak vaak groter om sneller te reageren dan wanneer iets in een groep wordt gezegd. Om deze reden staan privémeldingen wel vaker aan.

"Na 22:00 gaat mijn telefoon op stil, dan krijg ik geen meldingen meer. Dan moet ik dus de hele tijd mijn scherm openen om te kijken of ik iets binnen hebt. Als dat al 25 minuten geleden is, ben ik onaardig, omdat ik niet direct gereageerd heb. Dat vind ik dan stom van mezelf."

Streaks

Jongeren hebben een streak of snapreeks wanneer zij al meer dan drie dagen op rij binnen 24 uur snaps (foto's) naar elkaar hebben gestuurd. Hoe meer dagen op rij zij dit doen, hoe hoger de streaks is. Op deze manier wordt bijgehouden hoe vaak jongeren elkaar een bericht sturen. Jongeren vinden de streak belangrijk op het moment dat zij dit een tijdje hebben volgehouden met iemand anders. Verder geven zij aan dat de streak een bepaalde druk geeft. Hoe hoger of langer de streak wordt, hoe banger jongeren worden om deze kwijt te raken. Hierdoor doen ze hun best om iedere dag een foto naar elkaar te sturen. Het kwijtraken van de streak wordt als zonde gezien, omdat het slechts een kleine moeite is om die foto naar elkaar te sturen, zeker als jongeren toch al online zijn op Snapchat. Wat hierbij komt is dat een persoon bovenaan de contactenlijst komt te staan wanneer er veel berichten naar gestuurd worden. Dit is ook de reden dat streaks zichzelf vaak in stand houden. Als vaak een bericht naar dezelfde persoon wordt gestuurd, wordt het ook makkelijker om die persoon de volgende dag weer een bericht te sturen, omdat die dus bovenaan de contactenlijst staat.

Omdat er op Snapchat verder geen mogelijkheid is om elkaar complimenten of likes te geven, lijkt het erop dat de streak wordt gezien als belangrijke graadmeter voor een goede vriendschap op Snapchat. Jongeren geven aan dat het hebben van een hoge streak duidelijk maakt dat die personen om elkaar geven en veel aan elkaar denken. Jongeren vinden het fijn wanneer een streak lang intact is. Wanneer er onverhoopt iets gebeurt waardoor jongeren een dag niet kunnen reageren en de streak wordt verbroken, vinden zij dit niet zo erg. De streak is niet het einddoel, maar wel een leuke bijkomstigheid van het contact dat je met iemand anders hebt.

Screenshots

Tijdens de focusgroepen kwam naar voren dat jongeren relatief veel angst hebben dat anderen screenshots maken van foto's of chats van hen en dat deze kunnen worden doorgestuurd naar anderen. Een aantal jongeren heeft wel eens meegemaakt dat er grappen worden gemaakt van en over vreemden waarvan de foto dan circuleert in hun eigen vriendengroep. Hoewel pesten wordt afgekeurd, komt het af en toe voor dat er mensen (van bijvoorbeeld dezelfde school) belachelijk worden gemaakt. Jongeren willen koste wat het kost voorkomen dat dit hen overkomt.

Dit is dan ook een belangrijke reden dat jongeren Snapchat gebruiken. Op Snapchat verdwijnen foto's en chatberichten, tenzij de degene die de foto plaatst ervoor kiest dat een foto langer zichtbaar is. Doordat de meeste gegevens weer verdwijnen, hebben jongeren veel meer zekerheid dat hun foto's niet verspreid worden en er grappen over gemaakt zullen worden. Dit geeft jongeren heel veel rust.

Wat daarbij nog belangrijk is, is dat jongeren op Snapchat een melding krijgen wanneer iemand een screenshot heeft gemaakt of proberen te maken van een foto van diegene. Op deze manier weten jongeren dus dat iemand iets met een foto wil gaan doen. Hierdoor wordt het voor jongeren inzichtelijk wat er gebeurt met hun foto's. Jongeren kunnen zien wie de screenshot maakt, dus wanneer dit een goede vriend is, vinden zij dit meestal prima, maar wanneer het iemand is die zij minder goed kennen, vinden zij dit minder fijn. Door de melding weten ze in ieder geval wat er gebeurt en zouden ze er eventueel ook iets van kunnen zeggen.

Locatie

Zoals eerder besproken kunnen jongeren elkaars locatie zien op Snapchat. Jongeren kiezen vaak om deze functie aan te zetten, wat betekent dat anderen dit ook kunnen zien. Het komt voor dat jongeren elkaar op die manier in de gaten houden om zo te zien waar de ander is en wat die mogelijk aan het doen is.

Hoewel het een redelijk extreme vorm van controle lijkt, hebben jongeren er weinig problemen mee. Dit komt omdat zij het zelf leuk en handig vinden om bij anderen te kunnen doen en er daarom ook weinig moeite mee hebben wanneer anderen het kunnen zien. Het lijkt erop alsof ze het geen vorm van controle vinden.

4.5. Conclusie

Jongeren hechten extreem veel waarde aan het zo snel mogelijk reageren op elkaar wanneer de ander iets stuurt. Daarbij wordt er snel gekeken welk binnenkomend bericht prioriteit heeft om meteen op te reageren en welke niet. Behalve het bericht geldt dit ook voor de afzender. De algemene trend is dat er zo snel mogelijk gereageerd wordt. In de meldingen en notificaties kan er al een snelle scan gemaakt worden of een bericht belangrijk is of niet. Wanneer iemand niet direct in staat is om te reageren op een bericht, is het in principe not-done om het bericht wel te openen. Door het bericht te openen kan de ander (in bijna alle gevallen) zien dat het bericht gelezen is. Door niet te reageren, weet de ander dat deze persoon bewust 'genegeerd' wordt. Dit ervaren alle jongeren als niet oké. Zowel om bij anderen te doen, als dat het bij henzelf gebeurt. Daarnaast geven jongeren aan dat ze liever genegeerd worden zonder het door te hebben, dan genegeerd te worden terwijl ze het doorhebben.

Wat hier bijzonder aan is, is dat bijna alle jongeren op deze manier omgaan met het openen van berichten, dus in principe ook allemaal weten dat ze elkaar voor de gek houden. Toch gaat iedereen op dezelfde manier door met deze manier van het lezen van berichten.

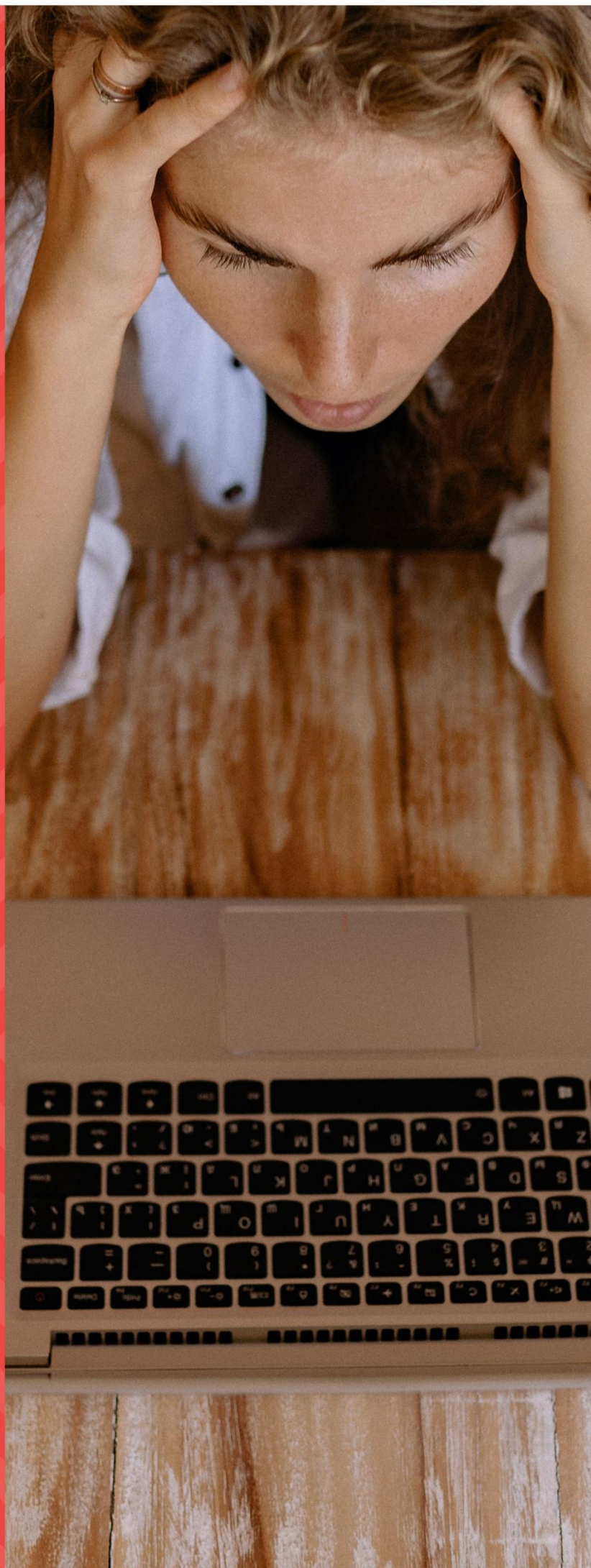
Er zijn ook jongeren die geen boodschap hebben aan de geldende ongeschreven regels. Zij houden zich hier niet aan en reageren pas wanneer zij daar zin in of tijd voor hebben. Opvallend is dat anderen hier wel rekening mee houden en het dus niet vervelend vinden dat zij pas laat reageren op berichten. Bij deze personen zijn jongeren er aan gewend dat zij doen wat ze zelf willen, waardoor er ook geen ergernis ontstaat.

Op alle drie de kanalen is er sprake van een vorm van controle richting elkaar. Op WhatsApp gebeurt dit met name met de blauwe vinkjes. Op Instagram wordt er met name gecontroleerd of jongeren elkaar wel genoeg bevestiging geven. De ongeschreven regel hierbij is dat vrienden elkaar likes geven. Op Snapchat komt de controle terug in de streaks. Jongeren proberen deze zo goed mogelijk vol te houden met elkaar. Daarnaast kunnen jongeren heel goed in de gaten houden wie er screenshots probeert te maken van hun gestuurde foto's. Door de melding die zij krijgen, kunnen zij controleren wat er met hun gegevens gebeurt.

TeamAlert

jongeren met **impact**

 **FOMO**



Hoofdstuk 5: FOMO

5.1. Achtergrond/theorie

FOMO is de 'fear of missing out'. Het houdt in dat jongeren onrustige gevoelens kunnen ervaren door op social media te zien wat vrienden of leeftijdsgenoten aan het doen zijn. Hierdoor kunnen zij het gevoel krijgen dat ze belangrijke of leuke dingen missen als zij er zelf niet aan mee kunnen doen (Mediaenmaatschappij, 2020).

Daarnaast betekent het dat jongeren een vervelend gevoel kunnen ervaren wanneer ze lang niet op social media kunnen kijken, omdat zij bang zijn veel berichten missen. In de focusgroepen is uitgevraagd in hoeverre dit per socialmediakanaal een rol speelt.



5.2. WhatsApp

Belangrijke zaken missen

Ondanks dat jongeren hun meldingen voor groepsapps vaak uit hebben staan, vinden ze het toch vervelend om veel berichten te missen in een groepsapp. Dit komt omdat deze berichten en onderwerpen die besproken worden vaak een basis legt voor nieuwe weetjes en 'inside jokes'. Wanneer deze berichten niet gelezen worden, kan er niet meegepraat worden met het gesprek wanneer over dat onderwerp gaat. Jongeren geven zelf aan dat door deze dingen te missen, vrienden uit de groep kunnen groeien, aangezien zij dan vaak niet kunnen meepraten over onderwerpen waar de groep het over heeft. Het lijkt dus een belangrijk onderdeel te zijn om op de hoogte te zijn van alle onderwerpen die besproken worden in een groepsapp, onder vrienden. Aangezien de meldingen van deze groepsapps vaak uitstaan omdat zij anders de hele dag door meldingen ontvangen, betekent dit dat zij achteraf alle berichten teruglezen wanneer ze deze in eerste instantie gemist hebben. Dit kan oplopen tot wel duizend berichten per appgroep.

Groepsapps

Zoals eerder al geschreven maken jongeren vaak een nieuwe groepsapp aan voor evenementen als verjaardagen of festivals. Op deze manier staat alle relevantie informatie centraal in een app en kan er over een onderwerp gesproken worden dat voor alle deelnemers relevant is. Wanneer een deel van de groep niet kan komen omdat ze andere plannen hebben of geen zin hebben, is er niks aan de hand. Dit verandert wanneer een deel van de groep liever met een select gezelschap van een groep afspreekt. Wanneer dit gebeurt, wordt er ook een nieuwe groepsapp aangemaakt met alleen de personen die meegaan naar een bepaald evenement. Er wordt dan met een kleiner gezelschap van een oorspronkelijke vriendengroep een aparte afspraak gemaakt, zodat de overgebleven vrienden in de oorspronkelijke groep niet doorhebben dat een deel van de vriendengroep apart heeft afgesproken. Op de dag zelf zorgen jongeren er goed voor dat er geen informatie naar de overige groepsleden wordt verspreid. Dit kan na het evenement voor zeer ongemakkelijk situaties zorgen op school, wanneer een gesprek over dit evenement gaat en er iemand bijstaat die er niet bij was. Buiten een gesprek kan het ook voorkomen dat de personen die niet waren uitgenodigd via anderen of via andere platforms foto's of informatie te zien krijgen, waardoor het alleen maar pijnlijker wordt dat zij niks van hun vrienden hebben gehoord.

Verder wordt aangegeven dat bij grote inactiviteit van een groepslid, deze personen ook wel eens verwijderd worden uit de groep. Dit gebeurt dan zonder overleg. Er wordt een soort actieve houding verwacht in een vriendengroepsapp. De jongeren die verwijderd worden, lijken dit geen groot probleem te vinden, waarschijnlijk omdat zij toch al niet zo betrokken waren bij de groep, aangezien zij anders actiever waren geweest.

WhatsApp-gesprek vs. echte leven

Er is ook gevraagd naar de verschillen tussen een gesprek op WhatsApp en fysiek met elkaar. Jongeren geven aan dat er in principe niet heel veel verschil in bestaat, maar in bepaalde gevallen is het toch belangrijk om elkaar in het echt te zien. In gevallen als ruzie, overlijdensgevallen en andere persoonlijke onderwerpen, geven jongeren toch de voorkeur om elkaar in het echt te zien en spreken. Ze geven aan dat het toch lastig is om de juiste emotie via WhatsApp over te kunnen brengen, ondanks alle extra opties als emoji's en spraakberichten. WhatsApp is in dat opzicht beter om eenvoudigere informatie over te brengen.

Toch zijn er jongeren die aangeven dat WhatsApp ook fijn is in dit soort emotionele gevallen. Zij geven aan dat wanneer je iemand in het echt spreekt, er direct antwoord wordt verwacht in een gesprek. Het is soms lastig om meteen het goede antwoord paraat te hebben, terwijl er op WhatsApp veel meer tijd is om goed over een zin of opmerking na te denken. Mogelijk kan dit komen, omdat er offline minder problemen zijn met ongemakkelijke stiltes, aangezien jongeren elkaar niet daadwerkelijk zien.

De meningen over emotionele WhatsAppgesprekken of gesprekken in het echt zijn verdeeld. In het algemeen vinden jongeren het toch fijner om elkaar echt te zien wanneer het om emotionele zaken gaat, ook omdat het contact via WhatsApp minder persoonlijk is en dit vaak prettig is wanneer het een emotioneel beladen gesprek is.



5.3. Instagram

Ook op Instagram vinden jongeren het vervelend om veel berichten te missen, al hechten jongeren minder waarde aan het missen van berichten als bij WhatsApp. Omdat jongeren op Instagram minder direct contact met elkaar hebben, is het vooral gevoelsmatig vervelend om veel foto's of berichten te missen. In de praktijk ervaren jongeren hier weinig last van. Dit houdt in dat jongeren zichzelf een bepaalde druk opleggen om van alles op de hoogte te zijn, waarbij hoort om alle berichten die in een periode geplaatst zijn, te hebben gezien. In het dagelijkse leven ervaren ze weinig last of problemen wanneer zij niet precies op de hoogte zijn van levens van anderen. Dit is vooral iets dat zij zichzelf opleggen.

Dit resulteert in eindeloos scrollen op de timeline, de pagina waar alle foto's van accounts die worden gevolgd, worden geplaatst. Hoe meer personen worden gevolgd, hoe meer foto's er te bekijken zijn. Jongeren volgen vaak veel accounts (meer dan driehonderd), waardoor het soms voor het gevoel eindeloos kan duren voordat alle foto's bekeken zijn. Op het moment dat iemand klaar is, zijn er ook alweer een aantal nieuwe foto's geplaatst. Zo eindigt het bekijken van foto's eigenlijk nooit. Toch blijven veel jongeren eindeloos scrollen uit angst belangrijke dingen te missen. Het is te vergelijken met jongeren in WhatsAppgroepen, die tot wel duizend berichten terug willen lezen, om maar niks te missen. Het is ondertussen zo verweven met het eigen leven van jongeren, dat het ook niet prettig voelt om het niet meer te doen.

"Ik doe het zelf ook want het is een soort verslaving. Ik wil het wel verwijderen maar het kan niet, want het is onderdeel van mijn sociale leven."

Jongeren vinden het vervelend wanneer ze Instagram tijdelijk niet kunnen gebruiken. Ze geven aan onrustig te worden. Omdat Instagram zo verweven is het met echte leven, vinden jongeren het erg lastig wanneer zij er geen gebruik van kunnen maken.

“Ik word wel beetje gek als ik Instagram niet kan gebruiken. Ik verlang er wel naar. Als mijn telefoon kapot is, probeer ik toch een andere te gebruiken.”

Evenementen missen

Jongeren vinden het ook lastig om te zien dat vrienden op een feestje zijn wanneer zij er zelf niet bij kunnen zijn. Door middel van social media wordt het heel snel duidelijk wanneer dit zo is. Instagram is een van de kanalen waar wanneer jongeren erop kijken, zij vrijwel direct weten dat anderen ergens zijn waar zij niet zijn. Omdat Instagram bij uitstek het medium is waar jongeren delen wat zij leuk vinden en aan het doen zijn (met name de story-functie), zien jongeren het meteen als vrienden ergens zijn en zichzelf niet. Jongeren kunnen ervan balen wanneer zij dit zien, maar zelf niet konden komen. Dit is overigens niet alleen het geval bij Instagram, maar bij alle vormen waar zij merken iets te missen.



5.4. Snapchat

Belangrijke zaken missen.

Zoals eerder besproken wordt Snapchat op verschillende manieren gebruikt. Ten eerste om met vrienden te communiceren, maar daarnaast ook om gebeurtenissen te delen met contacten. Soms zijn deze contacten goede vrienden, maar er zitten ook contacten tussen die jongeren niet heel goed kennen en slechts een keer gesproken hebben. Hierdoor komt het dus voor dat jongeren berichten krijgen van andere personen die op een evenement of feestje aanwezig zijn, waarvoor jongeren bijvoorbeeld niet voor zijn uitgenodigd. Dit kan vervelend zijn wanneer zij deze foto's ontvangen. Daarnaast wordt er gezegd dat het vervelend kan zijn wanneer jongeren foto's zien van hun eigen vrienden op een feestje, waar zij zelf bij konden zijn. Wel wordt hierbij gezegd dat dit minder erg is wanneer ze wel waren uitgenodigd, maar niet konden komen.

Vergelijkbaar met WhatsApp wordt er met een vriendengroep wel eens de afspraak gemaakt om geen foto's te sturen naar vrienden die niet waren uitgenodigd voor een feestje waar de rest van de vriendengroep wel bij was. Hier ontstaat dus eenzelfde probleem dat er een geheim wordt gehouden voor iemand die niet op datzelfde feestje was, om diegene geen vervelend gevoel te geven. Wanneer de ander hier toch achter komt, wordt de situatie vaak alleen maar vervelender.

Herhalen foto's

Wat op Snapchat vaak voorkomt is dat jongeren op een avond veel verschillende foto's of video's op hun verhaal plaatsen. Op het verhaal blijft media 24 uur staan, waardoor de foto's of video's allemaal achter elkaar worden geplakt. Het kan dus voorkomen dat er wel vijftig foto's of video's te bekijken zijn.

Ook hier willen jongeren dit graag zien, dus zij bekijken al deze foto's en video's die iemand op die avond heeft geplaatst. Wanneer media op het verhaal is geplaatst, kan het ook vaker worden afgespeeld, in tegenstelling tot wanneer het direct naar een persoon wordt verstuurd. Jongeren geven aan deze media graag te willen bekijken. Het is mogelijk om een foto verder te klikken om de volgende te bekijken, maar het is niet mogelijk om terug te gaan naar de vorige. Het gaat zo ver dat wanneer jongeren per ongeluk een foto doorklikken, door met hun vinger per ongeluk op het scherm te duwen, zij alle foto's opnieuw gaan afspelen totdat ze bij de foto zijn die ze doorgeklikt hadden. Aangezien sommige verhalen van jongeren soms wel vijftig of meer foto's of video's bevat, kan het ontzettend lang duren, voordat jongeren alles gezien hebben.

Snapchat vs. in het echt

Er is gevraagd in hoeverre jongeren een Snapchatgesprek vergelijken met een gesprek waar jongeren elkaar in het echt zien. Zij geven hierbij aan dat deze gesprekken niet hetzelfde zijn, maar dat er wel veel raakvlakken bestaan. Zo geven jongeren aan dat de situaties misschien wel verschillen, maar dat er op Snapchat dezelfde regels blijven gelden als in het echt.

“Als iemand nu opeens wegloopt tijdens een gesprek is dat heel asociaal. Op Snapchat is dat niet helemaal vergelijkbaar, maar het heeft wel raakvlakken. Het is wel zo netjes om even te laten weten dat je weg gaat.”

Zo vinden jongeren het in het echt heel normaal om aan te geven wanneer ze iets anders gaan doen of even weg moeten. Het wordt als ongeleefd gezien om zonder waarschuwing weg te lopen in een gesprek. Dit vinden zij hetzelfde op Snapchat, behalve dat zij elkaar niet kunnen zien. Jongeren vinden het heel normaal om online aan te geven wanneer zij niet meer de mogelijkheid hebben om te reageren of wanneer zij bijvoorbeeld naar het toilet gaan, waardoor zij tijdelijk niet kunnen reageren. Hierdoor weet de ander waar die aan toe is en dat het niet aan die persoon ligt dat hij of zij geen antwoord krijgt. Het lijkt er in die zin op dat jongeren weinig verschil zien in een online- of offline gesprek.

“Het is heel raar om opeens naar de wc te gaan, zonder dat eerst even te zeggen”.

5.5. Conclusie

Jongeren vinden het vervelend om leuke of belangrijke zaken te missen. Dit resulteert erin dat zij veel tijd kwijt zijn aan het op de hoogte blijven van alle nieuwe updates. Op WhatsApp lezen zij honderden berichten terug wanneer zij deze in eerste instantie hadden gemist. Op Instagram blijven zij maar door hun tijdlijn scrollen tot zij alles gezien hebben en op Snapchat blijven ze de verhalen van anderen bekijken tot zij alle foto's gezien hebben, allemaal uit angst om belangrijke updates te missen.

Jongeren vinden het daarnaast ook vervelend om op social media te zien dat zij belangrijke of leuke evenementen missen wanneer zij er zelf niet bij kunnen zijn. Een belangrijk verschil is of zij wel of niet zijn uitgenodigd. Wanneer zij uitgenodigd waren en op social media zien dat hun vrienden wel aanwezig zijn, kan dit vervelend zijn, maar weten jongeren dat zij er niks aan kunnen doen. Wanneer jongeren niet zijn uitgenodigd en hun vrienden op een feestje zien, kan dit heel vervelend zijn om te zien. Dit wordt dan veel meer persoonlijk opgevat en kan jongeren onzeker maken. Een 'oplossing' die hiervoor bedacht wordt, is om de persoon die niet is uitgenodigd voor een feestje ook geen berichten of foto's te sturen.

Op WhatsApp betekent dit dat er geen berichten in de oorspronkelijke groepsapp worden verstuurd, maar dat er een aparte appgroep wordt aangemaakt. Op Snapchat betekent dit dat er geen berichten naar de desbetreffende persoon worden gestuurd. Op Instagram is hier geen oplossing voor. Wanneer de vrienden zelf geen foto's plaatsen, lopen zij alsnog het risico dat andere mensen, die worden gevolgd door de persoon die niet is uitgenodigd, foto's plaatsen van het feest waar de vrienden van de niet-uitgenodigde persoon, opstaan. Het probleem hiervan is dat het risico dat de persoon die niet is uitgenodigd, alsnog verschillende foto's te zien kan krijgen, waardoor het alleen maar pijnlijker wordt.

Het lijkt erop dat jongeren het lastig vinden om aan vrienden te vertellen dat activiteiten ondernemen zonder hen. In plaats van dit direct te vertellen, proberen ze dit stiekem op te lossen. Aangezien de communicatie op social media heel snel gaat, is het lastig om controle te houden op dit 'geheim'.

Jongeren lijken de confrontatie erg lastig te vinden en lijken het ongemakkelijke liever te willen vermijden door heel veel rekening te houden met hun eigen social mediagedrag op zo'n avond. Over het mediagedrag van anderen hebben zij geen controle, waardoor het erg lastig is om de ander niet te kwetsen.

TeamAlert

jongeren met **impact**



MEDIAGEBRUIK IN HET VERKEER



Hoofdstuk 6: Mediagebruik in het verkeer

In het kader van de druk die jongeren ervaren om de hele dag online te zijn, mede door het constant ontvangen van berichten en meldingen, is er nagegaan in hoeverre het mediagebruik van jongeren invloed heeft wanneer zij deelnemen aan het verkeer.



6.1 WhatsApp in het verkeer

Sinds de nieuwe maatregel dat appen op de fiets verboden is, geven jongeren aan voorzichtiger te zijn geworden met appen in het verkeer. De meeste jongeren gebruiken hun smartphone niet meer in het verkeer, al blijven er altijd jongeren die dit wel nog doen. Jongeren geven aan dat WhatsApp de meest gebruikte app is in het verkeer. Via WhatsApp komen de belangrijkste berichten binnen. Jongeren vinden Instagram en Snapchat meer bedoeld voor vermaak, terwijl via WhatsApp vaker belangrijke en urgente zaken aan bod komen. In combinatie met het feit dat veel jongeren hun meldingen alleen maar aan hebben staan voor privéchats, kan dit betekenen dat een melding van WhatsApp wel eens belangrijk zou kunnen zijn. Om deze reden kijken jongeren toch nog wel eens op hun smartphone wanneer ze aan het verkeer deelnemen. Ook dan scannen zij het binnenkomende bericht, waarna de keuze wordt gemaakt om er wel of niet op te reageren. Wanneer er wel gereageerd wordt, stoppen de meeste jongeren wel met fietsen en zoeken zij een veilige plaats uit om te reageren. Als het antwoord in slechts een aantal woorden beantwoord kan worden, appen jongeren wel terug wanneer zij aan het fietsen zijn. Daarbij geven jongeren aan dat zij in principe nooit een gesprek beginnen wanneer zij op de fiets zitten, het gaat hier slechts om reageren op binnenkomende berichten.

“Het ligt eraan van wie het is. Ik kijk sowieso al fietsend. Als het iets is waar ik snel op kan antwoorden en als er weinig verkeer is, dan antwoord ik wel. Maar als iemand een gesprek wil beginnen, dan wacht ik totdat ik thuis ben.”



6.2 Instagram in het verkeer

Van WhatsApp is bekend dat jongeren dit in het verkeer gebruiken. Aan jongeren is gevraagd in hoeverre Instagramgebruik in het verkeer verschilt van WhatsAppgebruik in het verkeer. Hoewel het incidenteel gebeurt, geven bijna alle jongeren aan dat Instagram geen geschikte app is om op de fiets te gebruiken. Zij geven aan dat Instagram een app is die vaak lange tijd achter elkaar gebruikt wordt. Zo is het plaatsen van een foto een vrij lang proces en ook het kijken van foto's en story's van anderen is vaak een tijdrovend proces. Jongeren geven aan dat het gebruiken van Instagram in feite te lang duurt om op de fiets te doen.



6.3. Snapchat in het verkeer

Aangezien Snapchat qua functie een beetje tussen WhatsApp en Instagram inzit, is het interessant om te kijken hoe zich dit verhoudt in het gebruik in het verkeer. Jongeren geven vrijwel allemaal aan geen Snapchat te gebruiken in het verkeer. Aangezien er op Snapchat vaak veel verschillende foto's worden bekeken, of zelf een foto wordt gemaakt, is dit geen handige taak die snel kan worden gedaan op de fiets. Een appje bekijken is handiger het bekijken van verschillende foto's.

Toch zijn er een aantal jongeren die toegeven het toch wel eens te doen. Zij vertellen dat wanneer zij een melding binnenkrijgen, ze het toch spannend vinden en graag willen weten wat er van wie binnenkomt. Ze hebben toch een sterke neiging om even te kijken, ook wanneer zij op de fiets zitten.

"Het is net alsof je nog een snoepje wilt pakken. Dat maakt het heel gevaarlijk maar ook hel leuk."

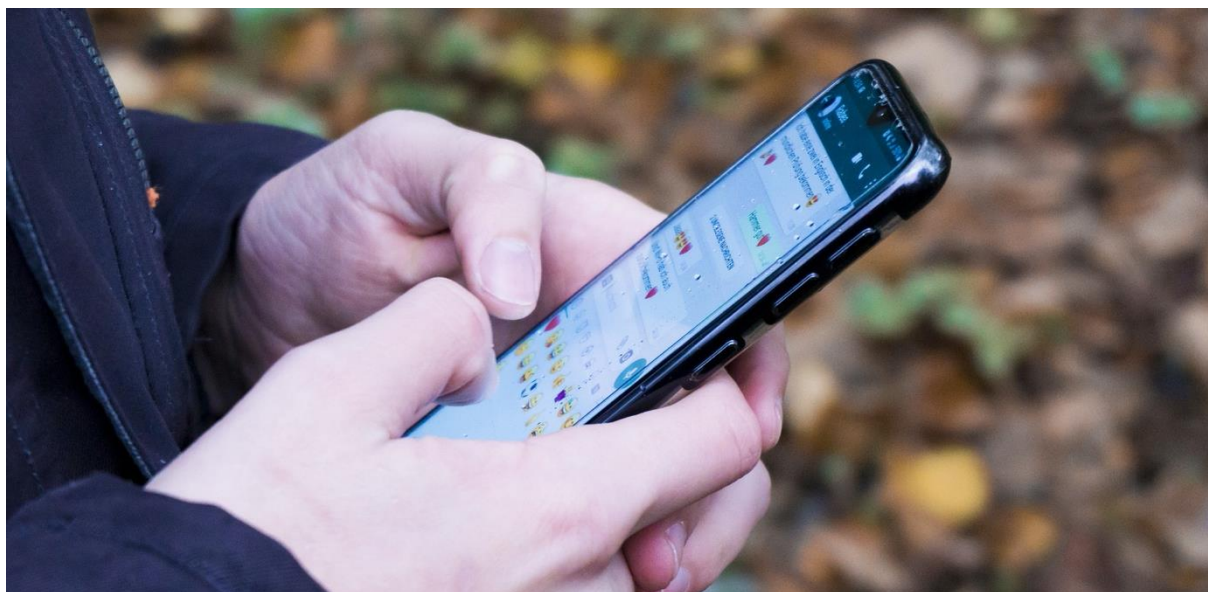
6.4. Conclusie

Zoals eerder duidelijk is geworden hebben verschillende media verschillende functies. Aan de hand van deze functies worden deze mediakanalen ook gebruikt.

WhatsApp is het kanaal om korte berichten mee te kunnen sturen. Ook zijn hier over het algemeen de meest belangrijke en urgente berichten te lezen. Om deze reden is WhatsApp dan ook de meest gebruikte app in het verkeer. Toch wordt er sinds het appverbod wel rekening gehouden met de risico's van smartphonegebruik op de fiets. Jongeren geven aan vaker te stoppen met fietsen, wanneer zij terug willen appen. Ook het uit zichzelf een bericht versturen gebeurt vrijwel niet meer, het gaat meestal om het geven van een snelle reactie.

Instagram en Snapchat worden op de fiets eigenlijk niet gebruikt. Deze apps worden vaak een langere duur gebruikt, waardoor het gebruik op de fiets totaal niet praktisch is. Jongeren zijn zich genoeg bewust van de risico's om niet een langere periode achter elkaar hun telefoon te gebruiken op de fiets.

Toch blijft de smartphone een risico. Door alle berichten en meldingen die jongeren (ook op de fiets) de hele dag door krijgen, blijft de neiging om snel even een bericht te bekijken erg groot. Jongeren zijn zich bewust van de risico's, maar vinden het toch niet altijd even makkelijk om hun telefoon te negeren.





Jongeren met **impact**



CONCLUSIE



Hoofdstuk 7: Conclusie

Jongeren gebruiken verschillende apps met verschillende functies. Het gedrag dat zij op deze kanalen vertonen verschilt per kanaal aangezien deze kanalen verschillende doelen hebben. Zo zijn de ongeschreven regels op WhatsApp veel meer gericht op de manier van het sturen en ontvangen van berichten, terwijl het op Instagram veel meer gaat over de manier van bevestiging krijgen. Op Snapchat zijn er ongeschreven regels voor zowel tekstberichten als foto's, aangezien deze app uit beide vormen bestaat.

WhatsApp wordt gebruikt voor handige communicatie en Instagram voor het delen van je leven en het volgen van anderen. Snapchat is de enige uitzondering. Jongeren die niet heel veel Snapchat gebruiken, zien het meer als een app waar ook leuke foto's gedeeld kunnen worden, maar zien dit meer als aanvullen van WhatsApp of Instagram. Jongeren die heel veel Snapchat gebruiken, zien dit meer als vervanging van WhatsApp en een leukere app dan Instagram. Hier lijkt een generatieverschil op te spelen, aangezien jongeren die intensief Snapchat gebruiken, bijna allemaal jonger waren dan de overige deelnemers van de focusgroepen.

Sociale status lijkt bij alle jongeren (impliciet) een belangrijke rol te spelen. Opvallend is dat zij dit niet altijd door lijken te hebben en aangeven er weinig om te geven. Impliciet lijkt het er toch op dat er veel rekening gehouden wordt met hoe zij overkomen en beoordeeld worden door anderen. Vaak zit dit ook in sociale omgangsregels die gelden, waardoor jongeren misschien niet bewust zijn dat dit te maken heeft met sociale status. Zo heeft de angst om iemand het gevoel te geven genegeerd te worden te maken met de manier hoe jongeren denken gezien te worden. Aangezien dit de manier is waarop bijna alle jongeren omgaan met WhatsApp, zal het voor iedereen een normale gang van zaken zijn die in hun ogen weinig te maken heeft met het zoeken naar bevestiging.

Ook de zelfpresentatie komt hier mooi in terug. Jongeren geven bijvoorbeeld expliciet aan weinig waarde te hechten aan het aantal likes, maar uiteindelijk lijkt dit toch wel een belangrijke factor te zijn in hoe zij Instagram gebruiken. Daarnaast wordt gezegd dat zij Instagram niet gebruiken om het 'perfecte plaatje' te tonen, maar toch probeert iedereen er zo mooi mogelijk uit te zien en worden er met name leuk momenten gedeeld. Voor jongeren lijkt dit vanzelfsprekend, maar de kans is groot dat dit onderliggend te maken heeft met het zoeken naar bevestiging.

Jongeren geven zelf aan weinig bevestiging nodig te hebben, wanneer zij gebruik maken van social media. Deze bevestiging lijkt een belangrijk onderdeel van de sociale druk die jongeren zouden ervaren. Jongeren lijken volgens zichzelf weinig sociale druk te ervaren. Toch zijn er ontzettend veel kleine gedragingen die lijken voort te komen uit sociale druk. Het constant controleren van elkaar of er al op tijd gereageerd is, waar iemand zich bevindt, of iemand al een like heeft gegeven, zijn allemaal voorbeelden van een bepaalde druk die jongeren voelen om elkaar te controleren. Dit wordt niet expliciet vermeld, waarschijnlijk omdat het voor jongeren gewoontegedrag is geworden en het voor hen vanzelfsprekend is geworden.

Jongeren beseffen goed het verschil tussen de online wereld en het echte leven met betrekking tot het contact dat zij hebben. Zo vinden de meeste jongeren een WhatsAppgesprek bijvoorbeeld echt anders dan een gesprek in het echt. Toch raken de werelden steeds meer met elkaar verbonden. Qua inhoud maakt het voor jongeren al weinig verschil of het online gebeurt of in het echt. Ook regels die mensen in het echt hebben wanneer ze een gesprek voeren, worden online toegepast, zoals aangeven wanneer je niet (meer) kan praten met iemand. Jongeren zijn er erg streng op dat deze regels gehandhaafd worden, mogelijk ook weer omdat zij niet gezien willen worden als persoon die zich onbeleefd of lomp gedraagt waardoor zij minder gewaardeerd worden door anderen.

Als laatste lijkt er een enorm sterke behoefte te zijn om van alles op de hoogte te zijn en niks te missen van wat vrienden en leeftijdsgenoten doen (op social media). Het lijkt af en toe een obsessieve drang om alle mogelijke updates die er zijn, te volgen. Jongeren vinden dit horen bij het socialmediagebruik en zien dit niet als probleem.

Bronvermelding

- Bureau Jeugd & Media. (2014, June 24). *Zelfbeeld tieners beïnvloed door sociale media*. <https://www.bureaujeugdenmedia.nl/zelfbeeld-tieners-beinvloed-door-sociale-media/>
- Frommer, D. (2010). Here's How To Use Instagram. Business Insider, Axel Springer SE.
- GSMInfo.nl. (2016, February 5). *Maximaal aantal personen groepsgesprek WhatsApp gaat omhoog*. <https://www.gsminfo.nl/blog/nieuws/8988/maximaal-aantal-personen-groepsgesprek-WhatsApp-gaat-omhoog>
- LaFontana, K. M., & Cillessen, A. H. (2010). Developmental changes in the priority of perceived status in childhood and adolescence. *Social Development*, 19(1), 130-147. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2008.00522.x>
- Mediaenmaatschappij. (n.d.). *Onderzoek: Social media stress onder Jongeren*. <https://www.mediaenmaatschappij.nl/lesmaterialen/onderzoek/publicaties-rondom-social-media-stress/254-aankondiging-lessenserie-ik-ben-offline-over-social-media-stress>
- Nationale academie voor media & maatschappij. (n.d.). *Onderzoek: Social media stress onder Jongeren*. <https://www.mediaenmaatschappij.nl/lesmaterialen/onderzoek/publicaties-rondom-social-media-stress/254-aankondiging-lessenserie-ik-ben-offline-over-social-media-stress>
- Newcom Research & Consultancy B.V. (2020). Nationale Social Media Onderzoek 2020. *Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en de verwachtingen van social media #NSMO*.
- Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(4), 250-256. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.35.4.250>
- NOS. (2020, January 25). *Nederlanders zitten anderhalf uur per dag op sociale media*. NOS.nl - Nieuws, Sport en Evenementen | Nederlandse Omroep Stichting. <https://nos.nl/artikel/2320098-nederlanders-zitten-anderhalf-uur-per-dag-op-sociale-media.html>
- 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)
- Over mijn like. (2019, March 10). *Generatie-Z lijdt aan stress door sociale media en smartphones – Over Mijn like*. Het platform voor socialmedia- en

smartphoneverslaving. <https://overmijnlike.com/generatie-z-lijdt-aan-stress-door-sociale-media-en-smartphones/>

SWOV (2018). Afleiding in het verkeer. SWOV-Factsheet, juli 2018. SWOV, Den Haag United Consumers. (2020). *De evolutie van de smartphone* / UC. UnitedConsumers meer overhouden voor een leuker leven!

UC. <https://www.unitedconsumers.com/gsm/smartphone/evolutie-van-de-smartphone.jsp>

Bijlages

Deelnemers

<i>Geslacht</i>	<i>Leeftijd</i>	<i>Opleidingsniveau</i>	<i>Woonplaats</i>
Vrouw	16	Vmbo	Noord-Holland
Man	16	Mbo	Utrecht
Vrouw	15	Vmbo	Zuid-Holland
Vrouw	16	Vmbo	Noord-Holland
Vrouw	15	Vmbo	Grootebroek
Man	16	Vmbo	Utrecht
Vrouw	17	Hbo	Gelderland
Man	18	Vwo	Utrecht
Vrouw	18	Vwo	Utrecht
Vrouw	17	Hbo	De Meern
Vrouw	18	Hbo	Texel
Vrouw	17	Hbo	Linschoten
Vrouw	17	Havo	Groningen
Vrouw	17	Mbo	Groningen
Vrouw	17	Vwo	Overijssel
Vrouw	18	Mbo	Noord-Brabant
Vrouw	18	Wo	Limburg
Vrouw	14	Vmbo	Zuid-Holland
Man	16	Vwo	Zuid-Holland
Man			
Man	17	Vwo	Limburg
Man	18	Mbo	Friesland
Man	17	Mbo	Zuid-Holland
Vrouw	16	Vwo	Friesland
Vrouw	16	Havo	Hengelo
Vrouw	17	Vwo	Zutphen
Man	18	Vwo	Gelderland
Vrouw	17	Mbo	Gelderland