

Onderzoeksrapport

Wat voor mediamaker ben jij?

Een onderzoek onder kinderen naar de normen & waarden op sociale media

November 2015



Datum: November 2015

ONDER EMBARGO TOT 27-11-2015 – 06:00 UUR



Inhoud

1

Achtergrond & opzet **3**

2

Conclusies & aanbevelingen **5**

3

Resultaten:

- Factchecken: **7**
 - Commercie: **12**
 - Privacy: **17**
 - Blaming en shaming **22**
-



Achtergrond & opzet





Achtergrond van het onderzoek

Doel onderzoek

Resultaten in dit rapport zijn gebaseerd op de online test "wat voor mediamaker ben jij?" welke is ontwikkeld voor de week van de mediawijsheid 2015. De Week van de Mediawijsheid is een initiatief van Mediawijzer.net.

Doelstellingen van Mediawijzer.net zijn het belang van mediawijsheid agenderen, maatschappelijke discussie aanjagen alsmede het bevorderen en versterken van een netwerk van partijen die zich bezighouden met bevorderen mediawijsheid.

Doelstelling

De 'Wat voor mediamaker ben jij' test is een onderdeel van de Week van de Mediawijsheid. Dit onderzoek is onderdeel van de test en vraagt kinderen naar hun online gedrag en mening over normen & waarden op sociale media.

Doelgroep

De doelgroep van het onderzoek bestaat uit kinderen in de leeftijdsgroep 9-12 jaar, en hun ouders.

Methode

Er is een kwantitatief online onderzoek uitgevoerd op de website <http://watvoormediamakerbenjij.nl/>

De respondenten kregen een aantal keer een situatie voorgelegd waarna ze gevraagd werd wat ze zouden doen. Ze konden twee antwoorden aanvinken uit een lijst met redenen om iets wel of niet te doen. Het totale percentage van de antwoorden kan hoger zijn dan 100%. Er is namelijk voor gekozen om kinderen de mogelijkheid te geven om maximaal 2 onderbouwingen per vraag aan te geven. Sommigen twijfelen, en geven zowel redenen om het wel te doen en om het niet te doen. In dit geval zijn zij in dit rapport weergegeven als "twijfel".

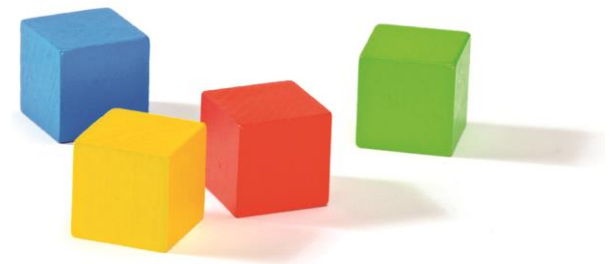
Periode

20 november 2015 – 24 november 2015

Respons

- › 6067 kinderen van 9 – 12 jaar
- › 4705 ouders

Significante verschillen zijn in de rapportage weergegeven met een *



Auteurs: Franca van der Borden en Jeroen Boukens



Conclusies & aanbevelingen





Conclusies

Fact checken

Wanneer een shocking bericht de tijdlijn van kinderen bereikt, zou een derde niet de moeite nemen dit bericht te checken. De helft van de kinderen zou het bericht ook delen. Ze vinden vooral dat je dingen niet zo serieus moet nemen.

Commercie

Kinderen in de leeftijd 9 – 12 jaar zijn vooral heel **eerlijk**. Als kinderen ervoor zouden kiezen om producten in hun vlog te laten zien die ze rotzooi vinden, zouden ze er eerlijk bij zeggen wat ze ervan vinden. Ook de kinderen die de producten niet laten zien noemen eerlijkheid als belangrijkste onderbouwing. Onder ouders is hetzelfde patroon terug te vinden. Wel kiezen zij er vaker voor om de producten niet te laten zien.

Privacy

De meerderheid van de kinderen in de leeftijd 9 – 12 jaar zou een leuk voorval van een ander waarschijnlijk niet filmen en delen. Dat ze zelf ook niet graag gefilmd willen worden speelt hierbij een grote rol. Daarnaast zouden de kinderen die het wel delen heel vaak om toestemming vragen van de gefilmde. Er wordt dus niet veel gedeeld zonder toestemming.

Blaming & shaming

Wanneer kinderen zien dat anderen zich misdragen, zou een meerderheid dit niet filmen. Erop afstappen lijkt een betere optie volgens de helft van hen. Wanneer het voorval wel gefilmd is, wordt het weinig gedeeld. Voornamelijk omdat men bang is voor de gevolgen voor de gefilmde, of zichzelf.

Evaluatie

Kinderen in de leeftijd 9 – 12 jaar denken goed na over situaties die ze kunnen filmen en berichten die ze kunnen delen. Kinderen blijken te beschikken over een groot verantwoordelijkheidsgevoel als het gaat over het gebruik van sociale media. Dit blijkt ook uit het feit dat de overgrote meerderheid van de kinderen een morele of menslievende mediamaker is.



Factchecken

Casus: Stel, je treft een shocking bericht aan in je tijdlijn. Bijvoorbeeld over een leraar die een relatie zou hebben met een leerling. Wat doe jij?

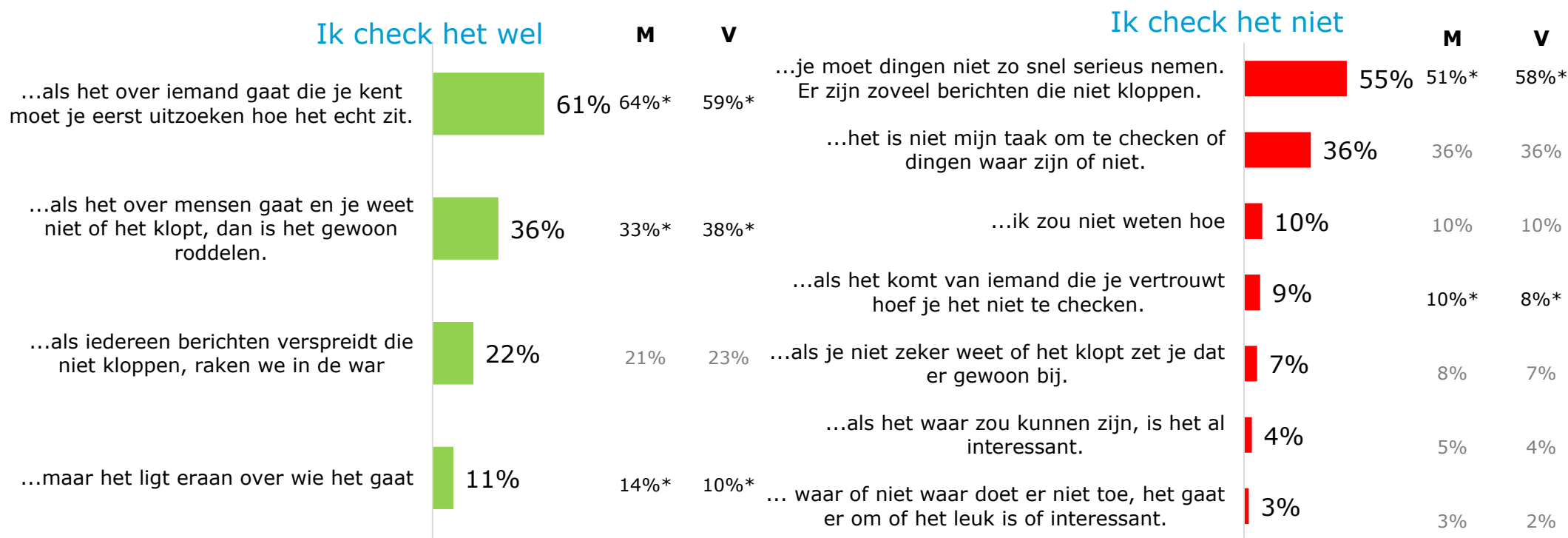


Factchecken – checken - kinderen

Meisjes zouden shocking berichten minder snel checken. Zij vinden vooral dat je dingen niet zo serieus moet nemen. Jongens geven daarentegen vaker aan dat je dingen goed moet uitzoeken wanneer je de persoon in kwestie kent.



Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te checken**:



Q: Je treft een shocking bericht aan in je tijdlijn. Bijvoorbeeld over een leraar die een relatie zou hebben met een leerling. Wat doe jij? n=6067

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Factchecken – delen - kinderen

De helft van de kinderen in de leeftijdsgroep 9 – 12 jaar zou een vaag bericht wel delen. Willen weten wat anderen er van denken is een belangrijke motivatie.

Overall mening delen



■ Ja
■ Nee
▨ Twijfel

Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:

Ik deel het wel



Ik deel het niet



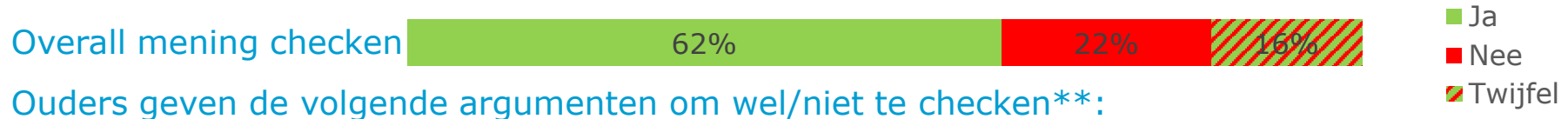
Q: Deel je zo'n bericht of filmpje? n=6067

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.



Factchecken – checken - ouders

Een meerderheid van de ouders zou een shocking bericht eerst checken. Vooral wanneer het over mensen gaat die je kent moet je het volgens hen eerst uitzoeken.



Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te checken**:



Q: Je treft een shocking bericht aan in je tijdlijn. Bijvoorbeeld over een leraar die een relatie zou hebben met een leerling. Wat doe jij? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Factchecken – delen – ouders

De helft van de ouders zou een vaag bericht wel delen. Wel geeft een deel van hen aan dat ze zeker willen weten dat het bericht klopt.

Overall mening delen



- Ja
- Nee
- Twijfel

Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:

Ik deel het wel

Ik deel het niet



Q: Deel je zo'n bericht of filmpje? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.



Commercie

Casus: Stel, je bent bij iets heel leuks. Bijvoorbeeld een feestje waar iemand grappig danst. Iedereen moet lachen en wordt er blij van. Wat doe jij?



Commercie – ik laat alles zien - kinderen

Ruim een derde van de kinderen zou alles laten zien in hun vlog, maar er vaak wel eerlijk bij zeggen wat ze ervan vinden, ook als het rotzooi is.

Overall mening laten zien



■ Ja
■ Nee
▨ Twijfel

Wanneer kinderen aangeven het wel te laten zien, geven ze de volgende argumenten**:
Ik laat alles zien...



Q: Je bent een vlogger. Je krijgt spullen van een gaaf merk en ze willen dat je het laat zien in je vlog. Soms is het rotzooi. Wat doe jij? n=4386
**: Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Commercie ik laat niet alles zien - kinderen

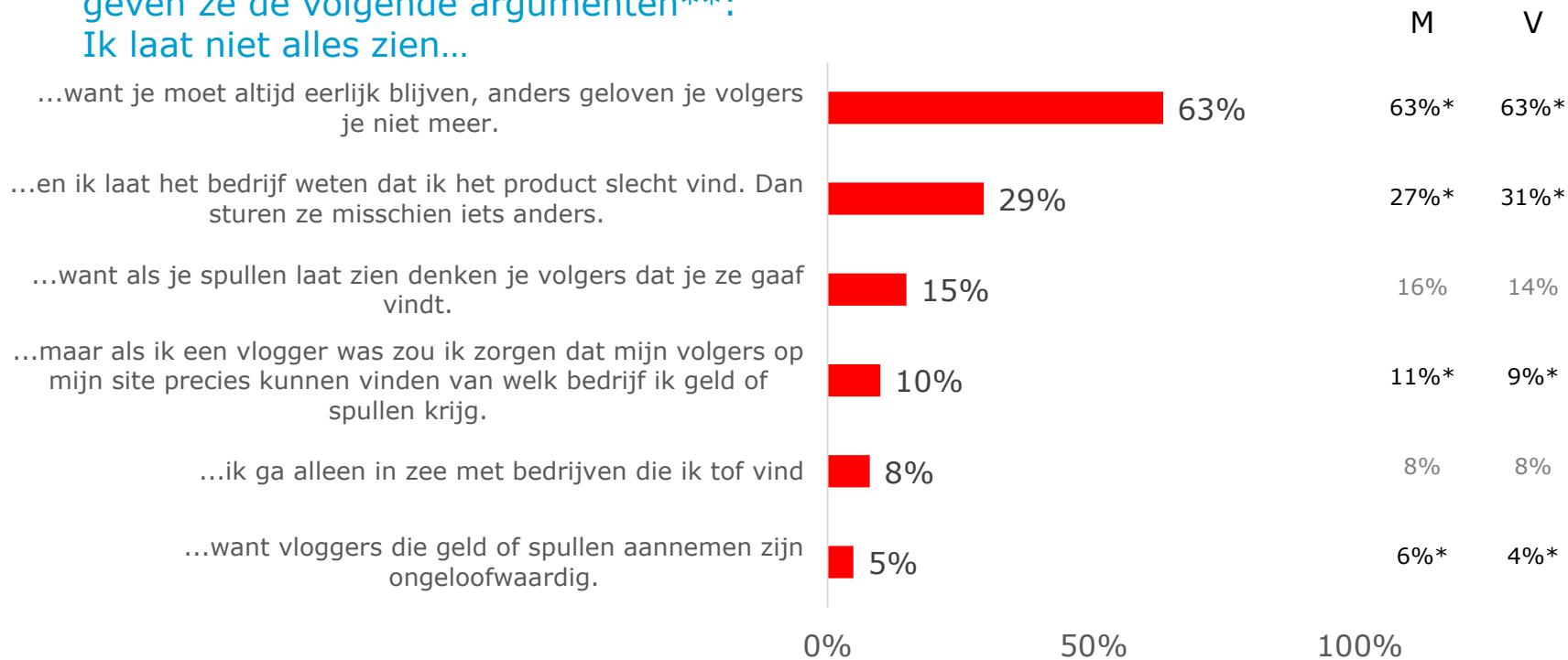
Iets minder dan een derde van de kinderen zou niet alles laten zien, vaak omdat ze vinden dat je altijd eerlijk moet blijven. Een deel zou ook het bedrijf inlichten.

Overall mening laten zien



■ Ja
■ Nee
▨ Twijfel

Wanneer kinderen aangeven het niet te laten zien, geven ze de volgende argumenten**:
Ik laat niet alles zien...



Q: Je bent een vlogger. Je krijgt spullen van een gaaf merk en ze willen dat je het laat zien in je vlog. Soms is het rotzooi. Wat doe jij? n=3671
**: Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Commercie – ik laat alles zien - ouders

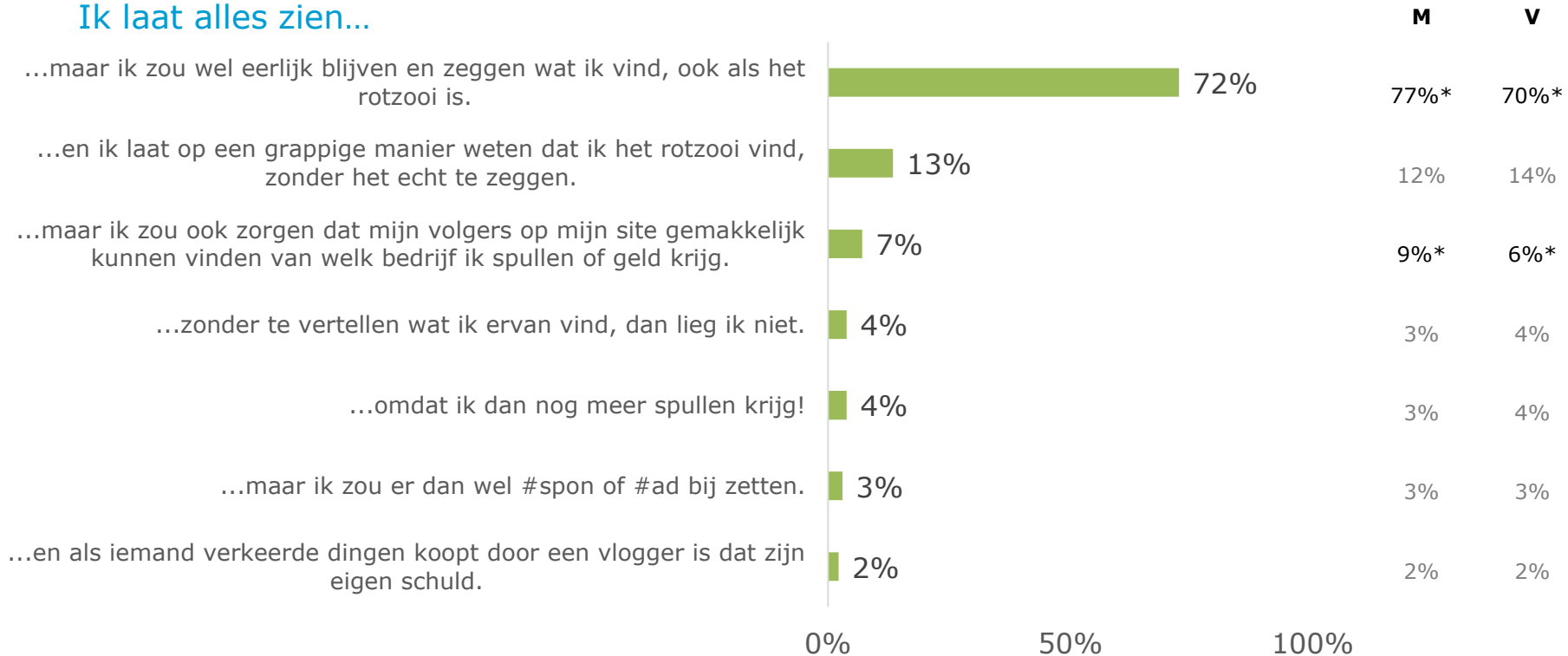
Van de ouders zou vier op de tien de producten laten zien, maar wederom vaak hun eerlijke mening geven. Dus ook wanneer ze het rotzooi vinden.

Overall mening laten zien



■ Ja
■ Nee
■ Twijfel

Wanneer ouders aangeven het niet te laten zien, geven ze de volgende argumenten**:
Ik laat alles zien...



Q: Je bent een vlogger. Je krijgt spullen van een gaaf merk en ze willen dat je het laat zien in je vlog. Soms is het rotzooi. Wat doe jij? n=2872
**: Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Commercie ik laat niet alles zien - ouders

Vier op de tien ouders zou de producten niet laten zien. Meer dan de helft van hen omdat ze eerlijk willen blijven, maar meer dan een derde van de groep zou ook het bedrijf inlichten.



Wanneer ouders aangeven het niet te laten zien, geven ze de volgende argumenten**:
Ik laat niet alles zien...



Q: Je bent een vlogger. Je krijgt spullen van een gaaf merk en ze willen dat je het laat zien in je vlog. Soms is het rotzooi. Wat doe jij? n=2814
 **: Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Privacy

Casus: Stel, je bent bij iets heel leuks. Bijvoorbeeld een feestje waar iemand grappig danst. Iedereen moet lachen en wordt er blij van. Wat doe jij?



Privacy – filmen - kinderen

Bijna een derde zou het leuke voorval zeker filmen. Ze zouden vaak wel na afloop om toestemming vragen. Een groter deel, vier op tien, filmt niet. Dit komt vaak doordat ze zelf ook niet gefilmd willen worden.

Overall mening filmen



■ Ja
■ Nee
■ Twijfel

Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te filmen**:

Ik film wel

Ik film niet



Q: Je bent bij iets heel leuk. Bijvoorbeeld een feestje waar iemand grappig danst. Iedereen moet lachen en wordt er blij van. Wat doe jij? n=6067

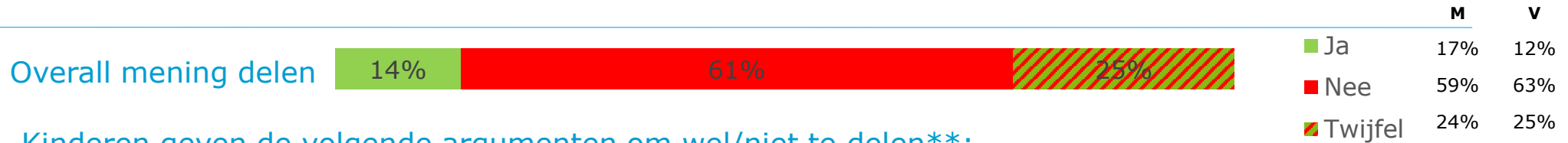
** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Privacy – delen - kinderen

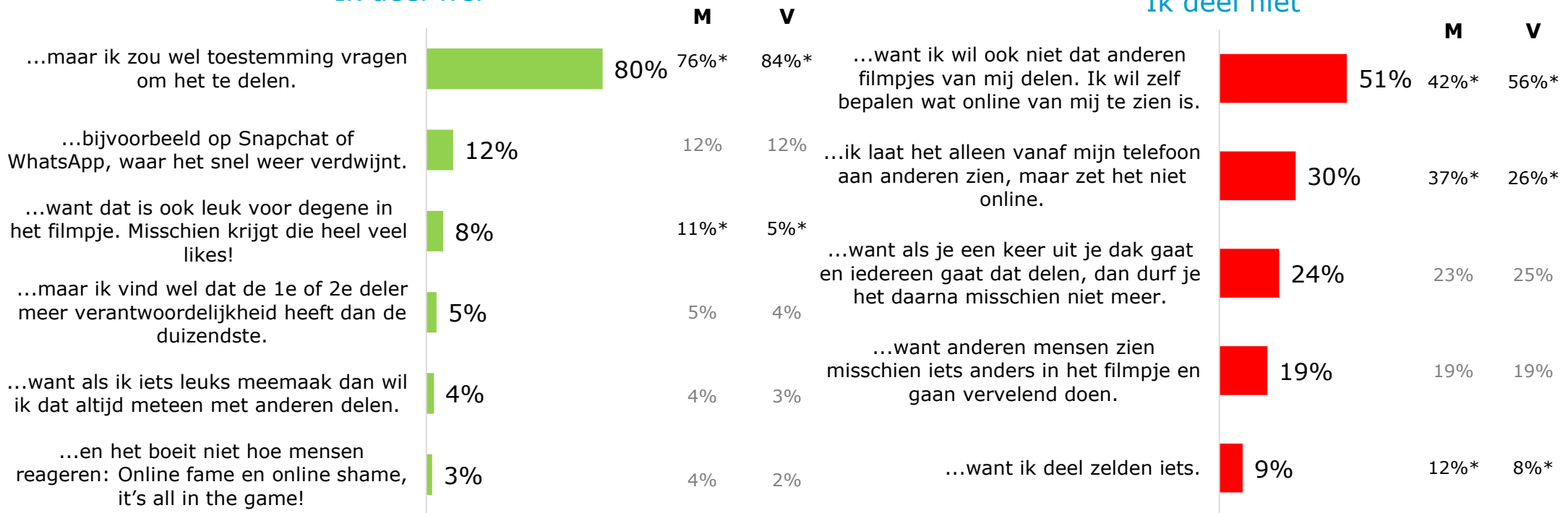
De meerderheid van de kinderen zou het filmpje niet delen. Zij die dit wel doen, zouden wel vaak om toestemming vragen om het te delen.



Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:

Ik deel wel

Ik deel niet



Q: Zou je zo'n filmpje delen? n=6067

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Privacy – filmen - ouders

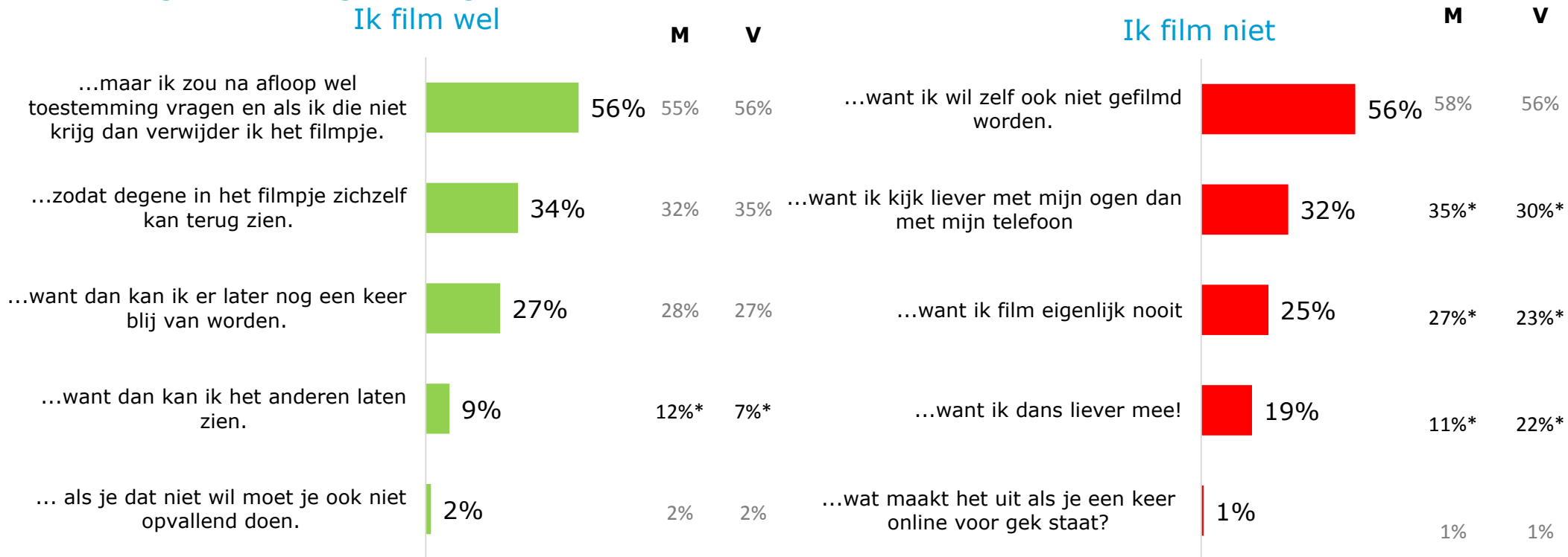
De helft van de ouders zou het voorval niet filmen. Net als de kinderen zouden degenen die het wel filmen, in de meerderheid van de gevallen wel om toestemming vragen en het filmpje anders verwijderen.

Overall mening filmen



■ Ja
■ Nee
■ Twijfel

Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te filmen**:



Q: Je bent bij iets heel leuks. Bijvoorbeeld een feestje waar iemand grappig danst. Iedereen moet lachen en wordt er blij van. Wat doe jij? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil

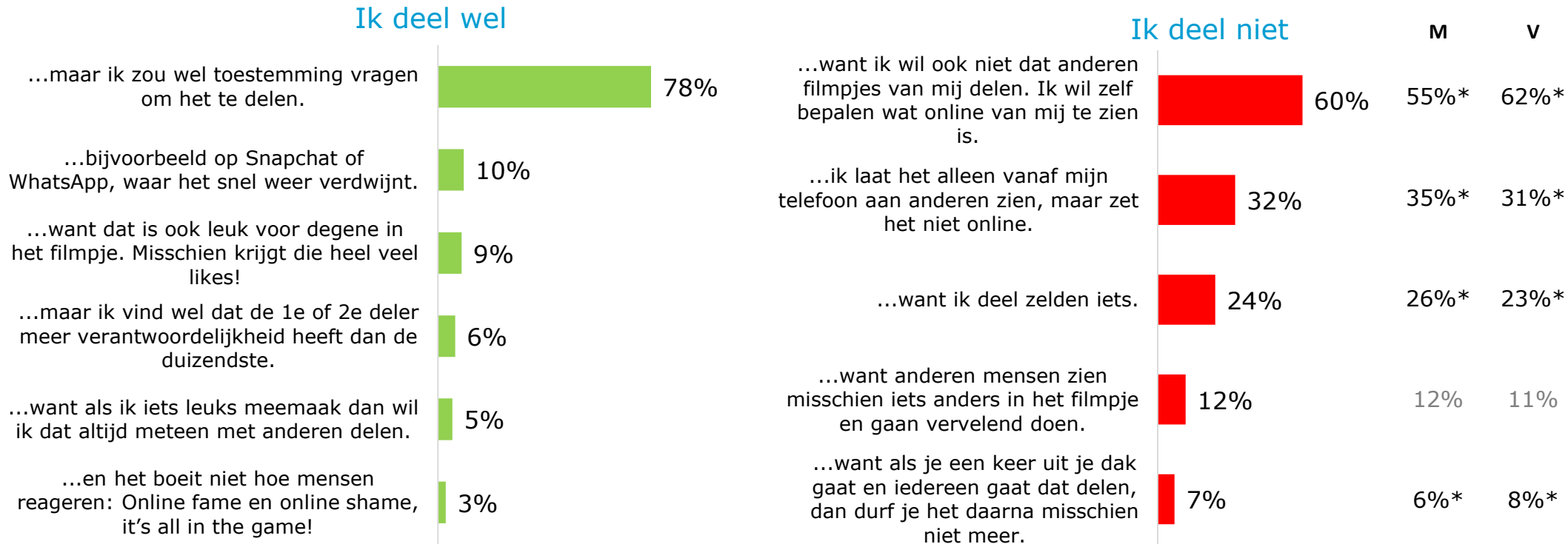


Privacy – delen - ouders

Driekwart van de ouders deelt het filmpje niet. Wederom zou de kleine groep die het wel wil delen, vaak eerst om toestemming vragen.



Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:



Q: Zou je zo'n filmpje delen? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



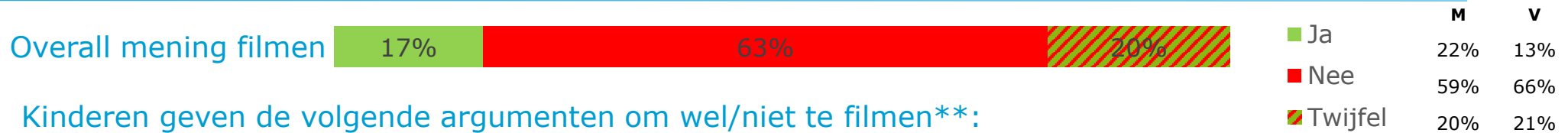
Blaming en shaming

Casus: Stel, je ziet een stel jongeren die zich misdragen. Ze vallen anderen lastig en zijn arrogant. Niks strafbaars, maar je vindt het echt belachelijk wat ze doen. Wat doe jij?



Blaming & shaming – filmen - kinderen

De meerderheid zou het niet filmen wanneer kinderen zich misdragen, vaak omdat ze er op af zouden stappen in plaats van het te filmen.



Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te filmen**:

Ik film wel

Ik film niet



Q: Je ziet een stel jongeren zich misdragen. Ze vallen anderen lastig en zijn arrogant en irritant. Niks strafbaars, maar je vindt het echt belachelijk wat ze doen. Wat doe jij? n=6067

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil



Blaming & shaming – delen - kinderen

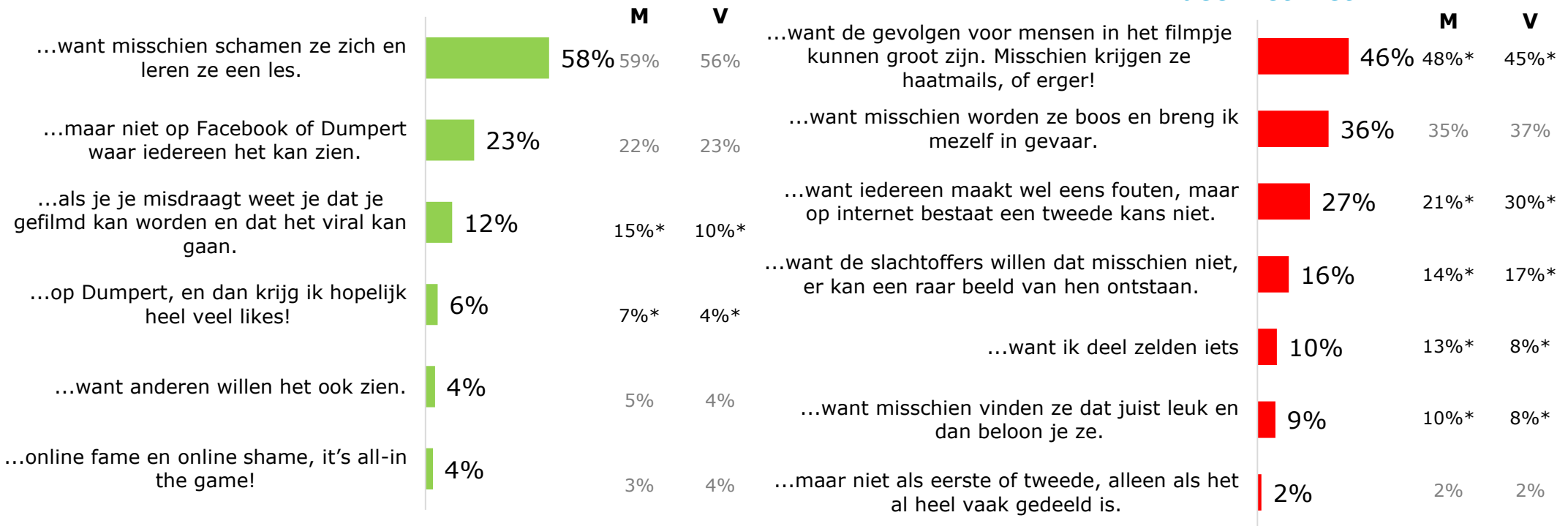
Meer dan driekwart van de kinderen zou het filmpje met de misdragende jongeren ook niet delen. Ze maken ze vaak zorgen om de gevolgen voor de mensen in het filmpje of zijn bang dat ze boos worden.



Kinderen geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:

Ik deel het wel

Ik deel het niet



Q: Deel je zo'n filmpje? n=6067

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil

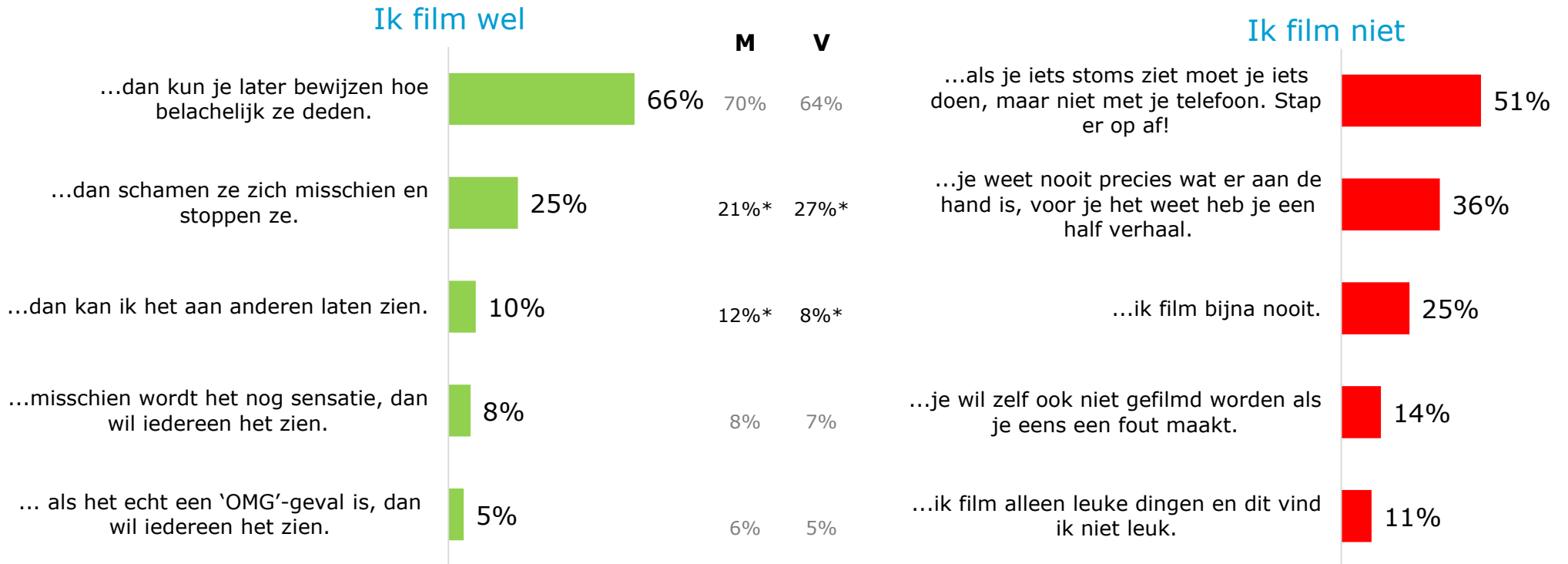


Blaming en shaming – filmen - ouders

Een grote meerderheid van de ouders zou jongeren die zich misdragen niet filmen. Als je iets stoms ziet moet je er volgens de helft van deze groep gewoon op af stappen. Daarnaast is het hebben van een half verhaal ook een belangrijke reden om het niet te filmen.



Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:



Q: Je ziet een stel jongeren zich misdragen. Ze vallen anderen lastig en zijn arrogant en irritant. Niks strafbaars, maar je vindt het echt belachelijk wat ze doen. Wat doe jij? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil

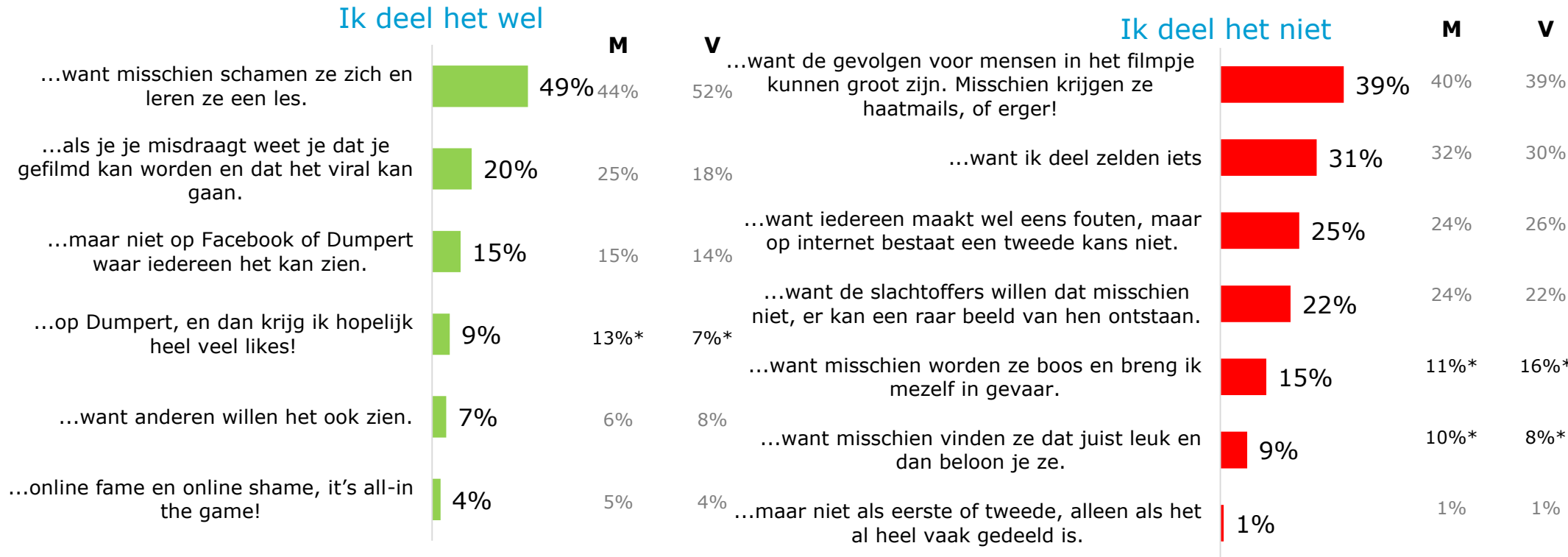


Blaming en shaming – delen - ouders

Een grote meerderheid van de ouders zou een filmpje waarin jongeren zich misdragen niet delen. De gevolgen voor de mensen in het filmpje zijn hierbij de grootste reden. Wanneer ouders het filmpje wel zouden delen, doen ze dit voornamelijk omdat ze hopen dat de jongeren er wat van zullen leren.



Ouders geven de volgende argumenten om wel/niet te delen**:



Q: Deel je zo'n filmpje? n=4705

** : Ook antwoorden van de groep 'Twijfel' zijn in onderstaande percentages meegenomen.

* = significant verschil