



Jongeren en de nieuwe technologieën



OIVO, mei 2006

OIVO

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Agenda

1. Doelstellingen
2. Methodologie
3. GSM (aankoop, waar vandaan, betaling, gebruik)
4. Internet (gebruik, waar, aankoop aansluiting)
5. Evolutie van de gedragspatronen van de jongeren in verband met de nieuwe technologieën
6. Conclusies en aanbevelingen

Doelstellingen

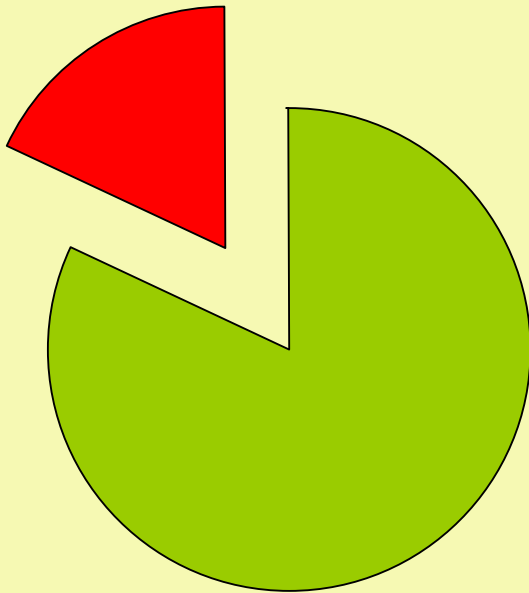
- Het doel van deze studie bestaat erin het gedrag van de jongeren waar het gaat om het gebruik van de informatie- en communicatietechnologieën te evalueren, de evolutie van hun gedragspatronen in te schatten en de gevolgen ervan inzake risico's te meten.
- Deze studie maakt het mogelijk om verschillende elementen te analyseren :
 - GSM (bezit, aankoop, gebruik)
 - Internet (bezit, financiering, gebruik)

Methodologie

- 2.200 kwantitatieve interviews afgenomen in België van jongeren tussen 9 en 18 jaar met behulp van een schriftelijke vragenlijst.
- Field : februari 2006.
- Aselecte gelaagde gecorrigeerde steekproef.
- De resultaten hebben de gepaste statistische bewerkingen (χ^2 , foutmarge) ondergaan.
- De maximale totale foutmarge op de steekproef bedraagt 2%.
- Enkel de betekenisvolle resultaten worden voorgesteld. Elk gegeven werd evenwel geanalyseerd in functie van het geslacht, de locatie (provincie), de leeftijd, de sociale groep, de taalgroep, het opleidingstype, de grootte van het gezin en het type gezin.

GSM : bezit

18%



■ Ja ■ Nee

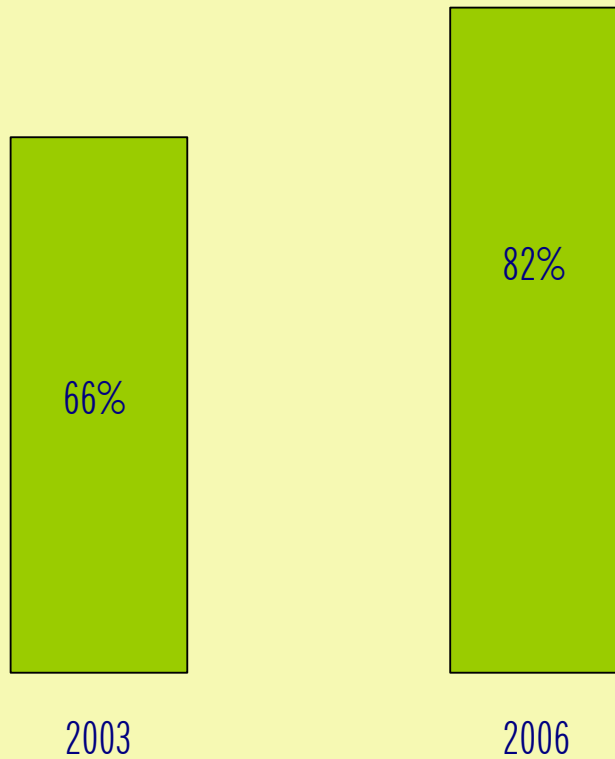
82%

➤ Heb jij een GSM ?

- In 2006 hebben meer dan 8 op de 10 jongeren tussen 9 en 18 jaar een GSM.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar

GSM : bezit

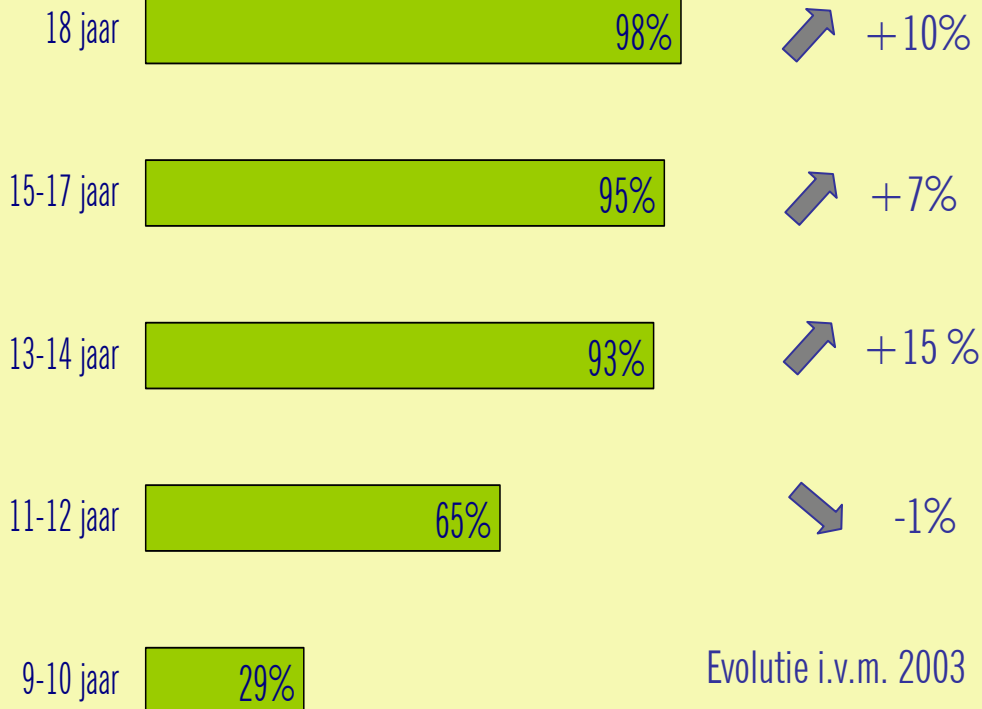


➤ Evolutie van het GSM-bezit ?

- Het aantal jongeren dat een GSM heeft is met 16% toegenomen tussen 2003 en 2006.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar

GSM : bezit – verschillen volgens profiel



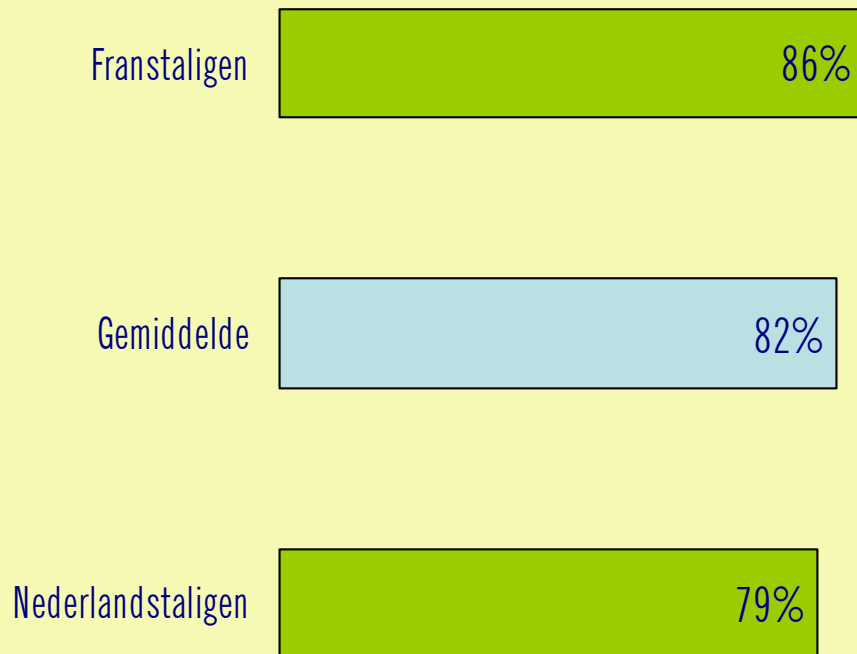
Evolutie i.v.m. 2003

➤ Evolutie van het GSM-bezit met de leeftijd

- Het GSM-bezit neemt toe met de leeftijd.
- Op de leeftijd van 9-10 jaar hebben maar 3 op de 10 jongeren een GSM. Op de leeftijd van 11-12 jaar hebben al 6 op de 10 een GSM. Vanaf de leeftijd van 13 jaar heeft de meerderheid van de jongeren een GSM.
- In vergelijking met 2003 is het aantal jongeren onder de 13 jaar die een GSM hebben niet veranderd. Vanaf de leeftijd van 13 jaar zijn er meer jongeren dan vroeger die een GSM hebben.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar

GSM : bezit – verschillen volgens profiel

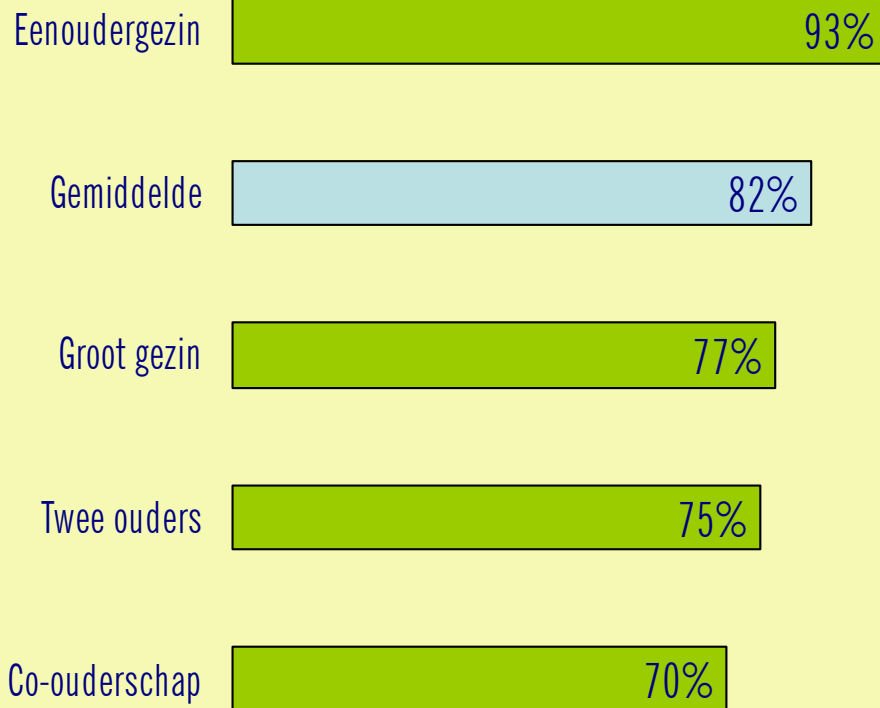


➤ Evolutie van het GSM-bezit volgens het Gewest

- Het aantal Nederlandstalige jongeren met een GSM ligt iets lager dan het gemiddelde onder de jongeren.
- De Franstalige jongeren hebben vaker een GSM.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar

GSM : bezit – verschillen volgens profiel



➤ Evolutie van het GSM-bezit volgens het type gezin

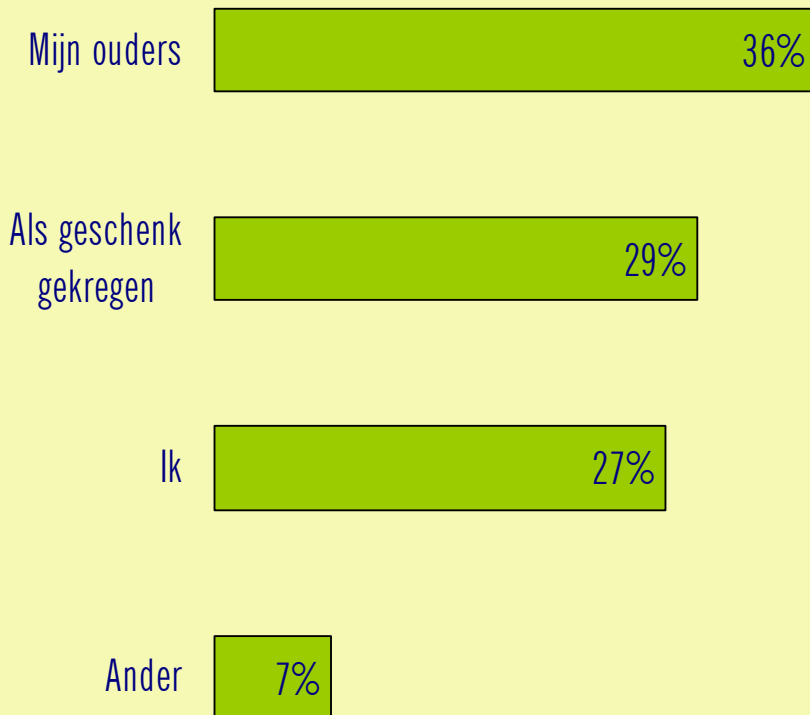
- Het gezinsstatuut heeft een invloed op het GSM-bezit. Zo hebben de jongeren in een eenoudergezin het vaakst een GSM, terwijl het aantal GSM-bezitters bij de jongeren in een groot gezin, in een tweeoudersgezin of die afwisselend bij hun vader en moeder wonen lager ligt dan het gemiddelde onder de jongeren.
- Is het een manier voor de ouders om een schuldgevoel weg te werken? We zien dat ook als het gaat over zakgeld en andere producten (kleding).

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar

GSM : bezit – verschillen volgens profiel

GSM-bezit	Groepen waar meer jongeren een GSM hebben	Groepen waar minder jongeren een GSM hebben
<p>Gemiddeld hebben 82% van de jongeren tussen 9 en 18 jaar een GSM.</p>	<p>De inwoners van stad Brussel (87%)</p> <p>De Walen (88%)</p> <p>De jongeren in gezinnen met 2 en 3 personen (93%)</p> <p>De jongeren in lage sociale groepen (88%)</p> <p>De jongeren in eenoudergezinnen (vader : 97% - moeder : 90%)</p>	<p>De Vlamingen (78%)</p> <p>De jongeren in grote gezinnen (77%)</p> <p>De jongeren in tweeoudersgezinnen (75%)</p> <p>De jongeren in eenoudergezinnen (co-ouderschap: 70%)</p>

GSM : wie koopt aan?

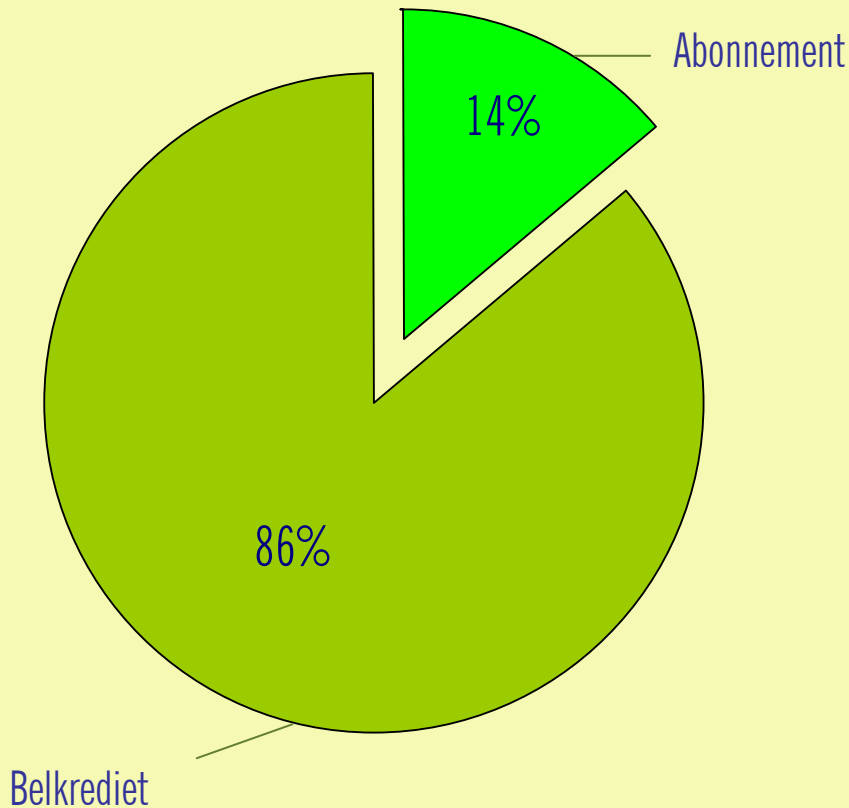


➤ Wie heeft je GSM gekocht ?

- De jongeren krijgen de GSM die ze bezitten over het algemeen van hun ouders of als geschenk.
- 1 op de 4 jongeren koopt zelf zijn/haar GSM.
- Er wordt geen enkel sociodemografisch verschil waargenomen.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 die een GSM hebben

GSM : hoe betaal je voor het gebruik?



➤ Heb je een belkrediet of een abonnement ?

- Over het algemeen gebruiken de jongeren belkrediet om hun oproepen te betalen.
- Iets meer dan 1 op de 10 jongeren gebruikt een abonnement. In vergelijking met 2003 is het gebruik van een abonnement toegenomen, maar het blijft beperkt onder de jongeren.
- De jonge Brusselaars hebben iets vaker een abonnement (24%).

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar die een GSM hebben

GSM : wie betaalt voor het gebruik?

Mijn ouders

58%

Ik

33%

Cadeau
gekregen

7%

Ander

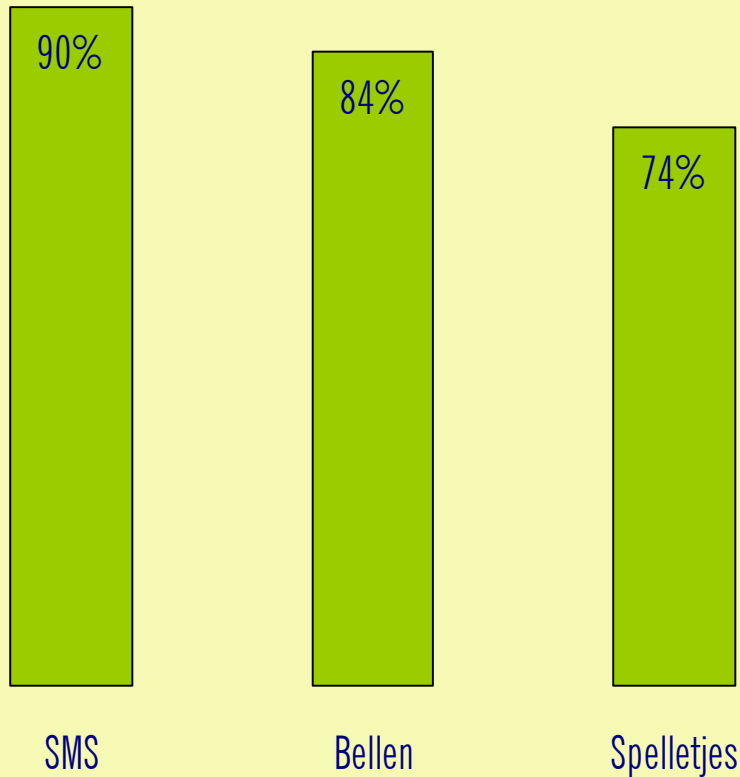
1%

➤ Wie betaalt het belkrediet of het abonnement ?

- Over het algemeen betalen de ouders de toegang tot het mobiele telefonienet voor hun kinderen.
- 1 op de 3 jongeren betaalt het abonnement of het belkrediet met eigen zakgeld.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar die een GSM hebben

GSM : toepassingen

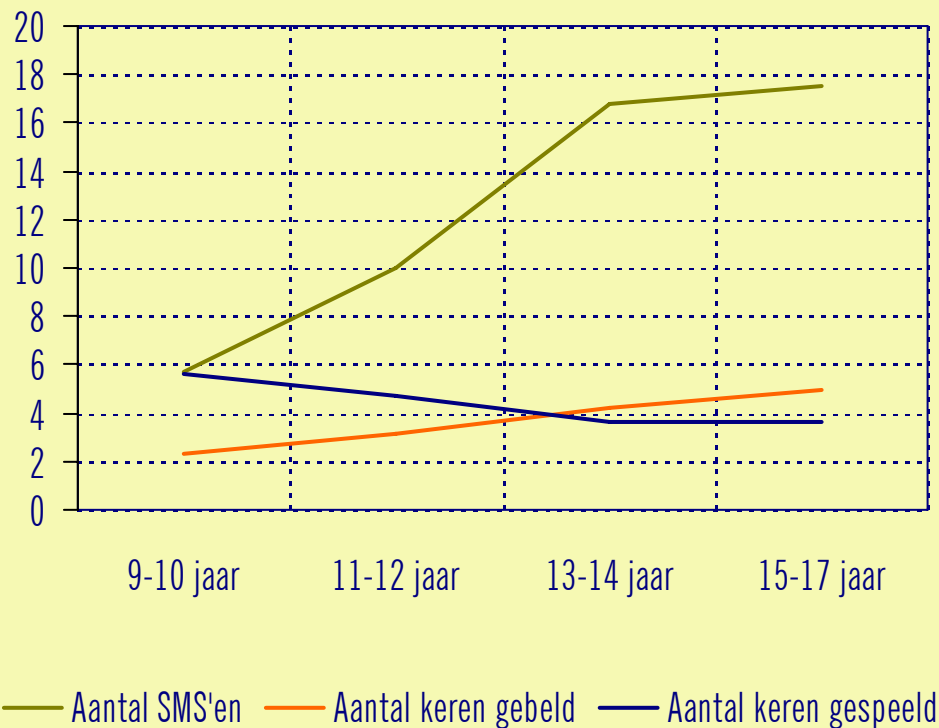


➤ Soorten toepassingen

- Het meest voorkomende gebruik van de GSM bij de jongeren is het verzenden van SMS'jes. 9 op de 10 jongeren versturen SMS'jes. Onder de jongens en de jongeren uit de lage sociale groepen komt SMS'jes versturen minder vaak voor.
- Bellen met de GSM wordt ook veel gedaan. Meer dan 8 op de 10 jongeren gebruiken hun GSM om te bellen. De Nederlandstaligen en de lage sociale groepen bellen minder met hun GSM.
- Iets minder jongeren spelen spelletjes op hun GSM: 3 op de 4 jongeren doen dat. De Brusselaars en de jongeren uit de hoge sociale groepen spelen meer op hun GSM. De Vlamingen en de jongeren uit de lage sociale groepen doen dit minder.

Basis : jongeren tussen 9 en 18 jaar die een GSM hebben

Hoe vaak wordt de GSM gebruikt?



➤ Hoeveel keren deze week heb je een SMS gestuurd, gebeld of een spelletje gespeeld met je GSM?

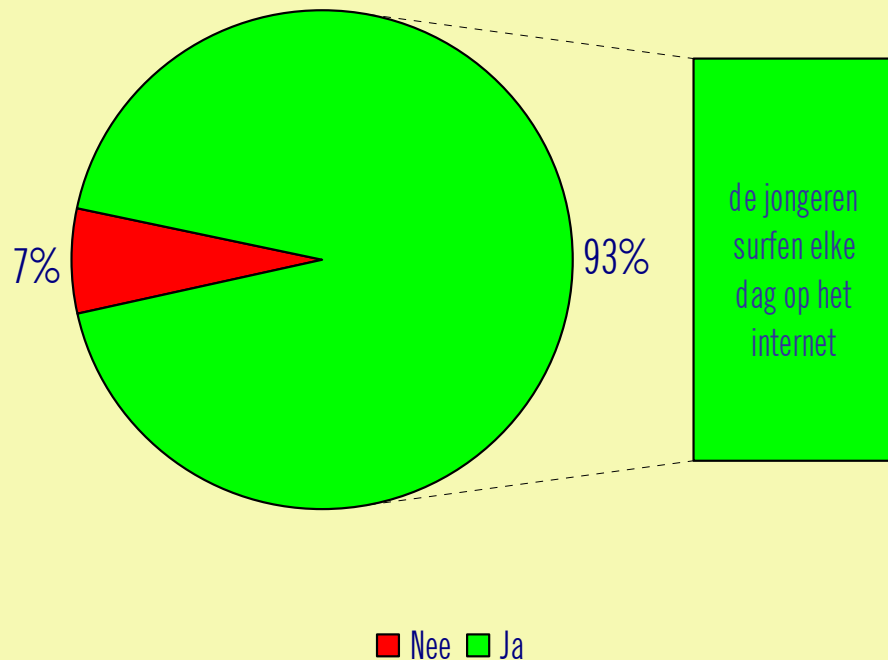
- Naarmate een kind ouder wordt, verstuurt het alsmaar meer SMS'en: 1 SMS per dag op de leeftijd van 9 jaar evolueert naar bijna 3 SMS'en vanaf de leeftijd van 13 jaar. Dit aantal blijft vervolgens stabiel.
- Het aantal oproepen per week neemt ook regelmatig toe met de leeftijd. Van 2 oproepen per week op de leeftijd van 9 jaar gaan we naar meer dan 1 oproep per dag op de leeftijd van 18 jaar.
- Spelletjes spelen op de GSM neemt af met de leeftijd. Kinderen van 9 jaar spelen elke dag met hun GSM. Daarna neemt dat spelen op de GSM geleidelijk af om uit te komen op tweemaal per week op de leeftijd van 18 jaar. De jongeren die vinden dat ze niet veel kameraden hebben, spelen het meest op hun GSM.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar die een GSM hebben

Evolutie van het gebruik van de GSM

- In vergelijking met 2003 blijft SMS'jes versturen het meest voorkomende gebruik van de GSM.
- Het gebruik van de GSM om te bellen daarentegen komt aanzienlijk meer voor onder de jongeren. In 2003 gebruikte maar 1 op de 4 jongeren de GSM om te bellen; vandaag de dag bellen 8 op de 10 jongeren met hun GSM.

Internet : aanwending en gebruiksfrequentie

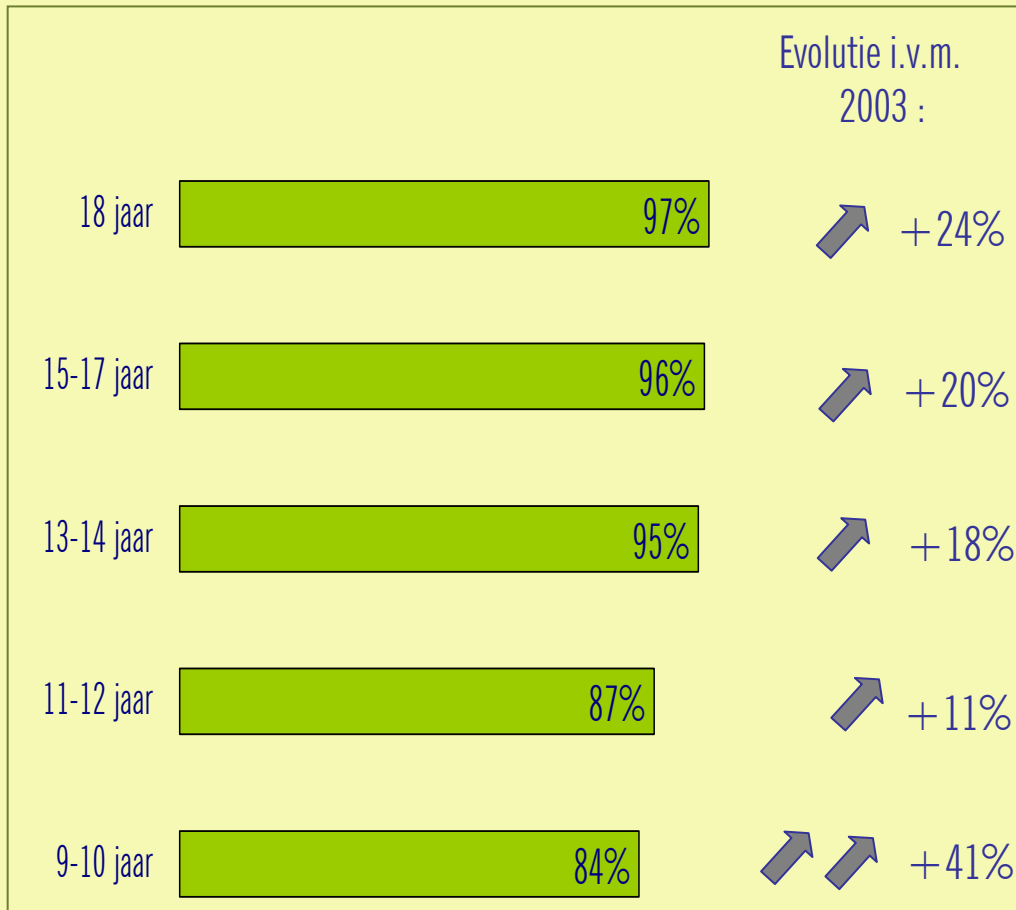


➤ Surf je soms op het internet? Hoe vaak per week?

- In 2006 surfen meer dan 9 op de 10 jongeren dagelijks op het internet.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar

Internet : gebruik en evolutie

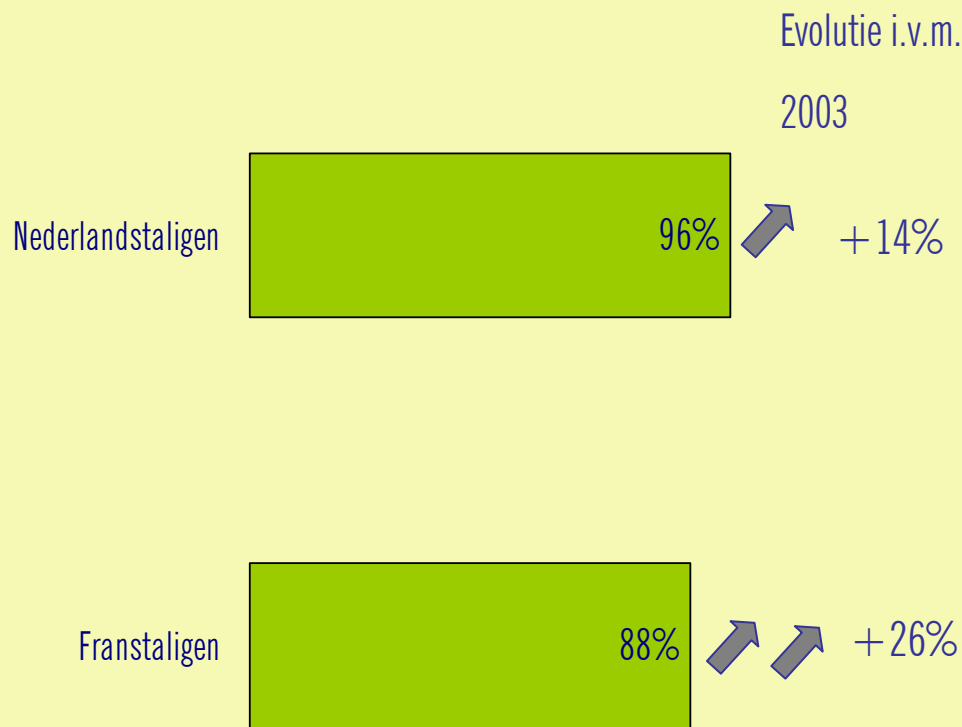


➤ Gebruik van het internet volgens leeftijd

- Vanaf de leeftijd van 9 jaar surfen meer dan 8 op de 10 jongeren op het internet. Sinds 2003 is het aantal kinderen van 9-10 jaar dat op het internet surft verdubbeld.
- Naarmate ze ouder worden surfen hoe langer hoe meer jongeren op het internet. Vanaf de leeftijd van 13 jaar sluit de meerderheid van de jongeren zich aan. Sinds 2003 is het aantal jongeren ouder dan 13 jaar die surfen gevoelig toegenomen (gemiddeld +21%).
- Het besluit is dat alsmaar meer jongeren op het internet surfen en dat ze op alsmaar jongere leeftijd beginnen surfen.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar

Internet : gebruik

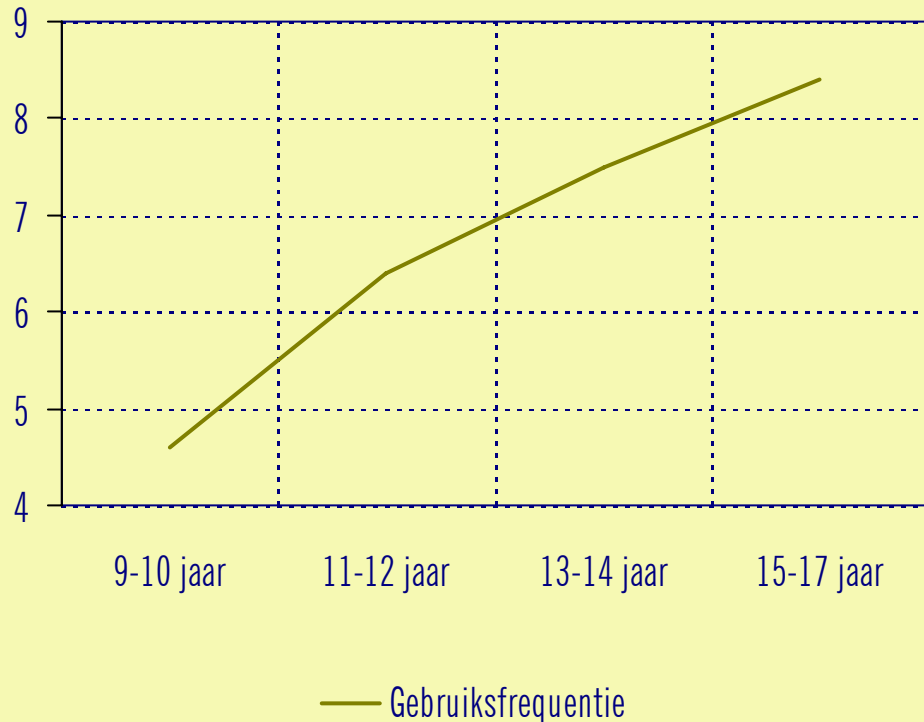


➤ Gebruik van het internet: regionale spreiding

- Het aantal Vlaamse jongeren dat surft op het internet neemt alsmaar toe.
- Sinds 2003 gebruiken alsmaar meer jongeren het internet, zowel in het noorden als in het zuiden van het land. Deze toename was echter groter aan Franstalige kant, waar de achterstand in 2003 groter was.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar

Internet : gebruiksfrequentie



➤ Hoeveel keren heb je op het internet gesurft deze week?

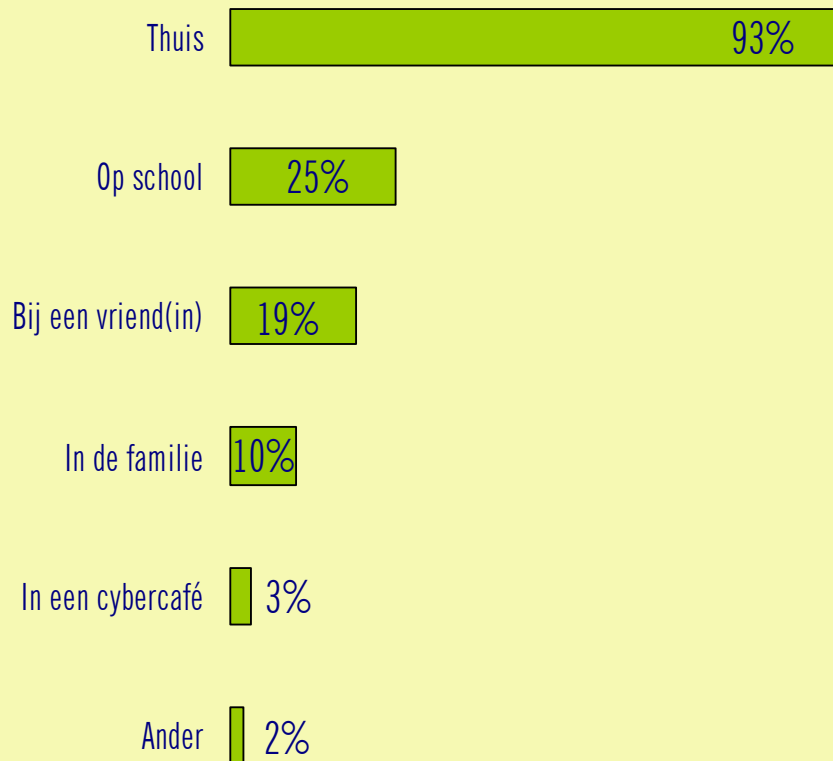
- Naarmate ze ouder worden, surfen de jongeren alsmear vaker op het internet. Deze toename verloopt constant en regelmatig.
- Vanaf de leeftijd van 11 jaar surfen de jongeren dagelijks op het internet.
- Vanaf de leeftijd van 15 jaar surfen bepaalde jongeren meerdere malen per dag.
- De jongens surfen gemiddeld vaker op het internet dan de meisjes.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar die het internet gebruiken

Internetgebruik en gebruiksfrequentie: verschillen volgens profiel

Internetgebruik en frequentie	Hogere gebruiksfrequentie	Lagere gebruiksfrequentie
<p>Gebruik (93% van de jongeren surfen op het internet)</p>	<p>De jongeren in het secundair kunstonderwijs (97%)</p> <p>De jongeren in het algemeen secundair onderwijs (96%)</p> <p>De jongeren die deel uitmaken van een gezin met 2 personen of met 5 personen (96%)</p> <p>De jongeren die behoren tot de hoge sociale groep (96%)</p>	<p>De jongeren in het basisonderwijs (85%)</p> <p>De jongeren in een gezin met meer dan 5 personen (88%)</p> <p>De jongeren uit de lage sociale groep (89%)</p> <p>De jongeren in eenoudergezinnen (met moeder alleen) (89%)</p>
<p>Wekelijkse frequentie (gemiddeld 7.5 maal per week)</p>	<p>De jongeren die in een Vlaamse stad wonen (9.7)</p> <p>De mannen (8.8)</p> <p>De jongeren in het algemeen secundair onderwijs (8.6)</p>	<p>De jongeren in het secundair kunstonderwijs (5.4)</p> <p>De jongeren in het basisonderwijs (5.5)</p> <p>De jongeren die in een Waalse stad wonen (5.9)</p> <p>De vrouwen (6.1)</p> <p>De Brusselaars (6.2)</p> <p>De jongeren die tot de lage sociale groepen behoren (6.6)</p>

Internet : aansluitingspunten

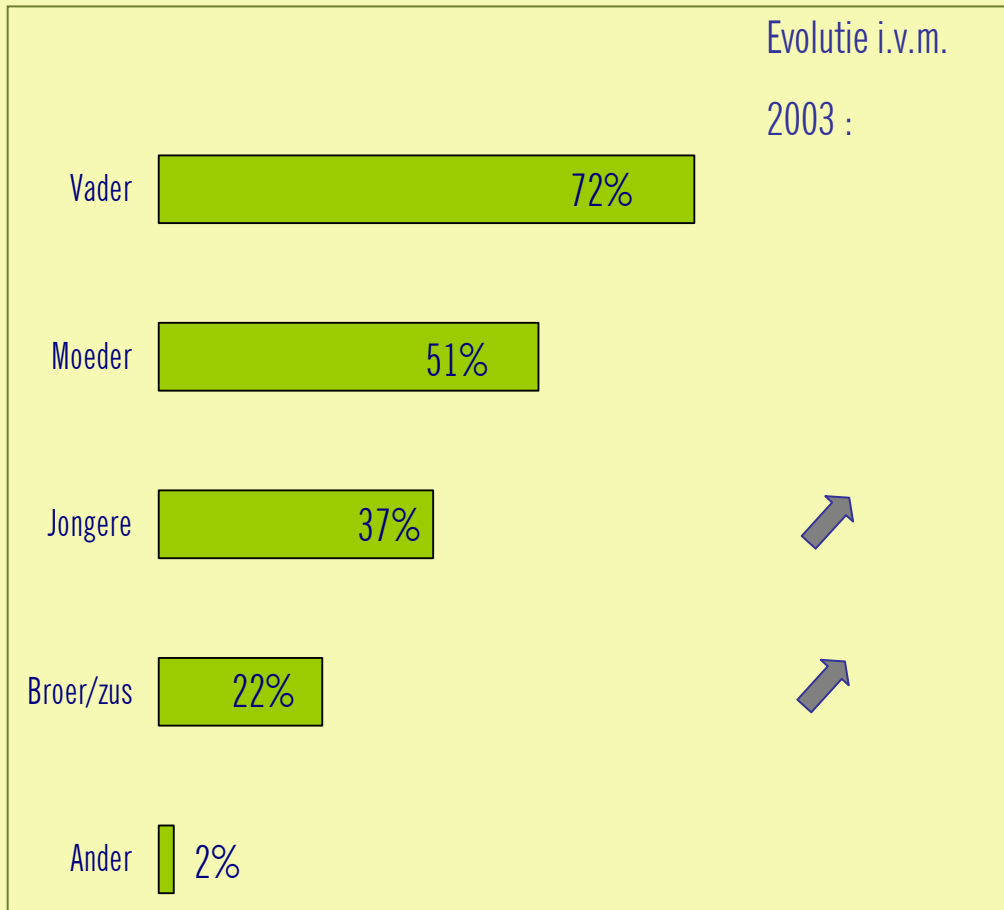


➤ Waar gebruik je het internet?

- De jongeren surfen voor het grootste deel thuis op het internet, maar ook in mindere mate op school, bij vrienden of bij een familielid.
- In 2003 was de situatie totaal anders. De computer was nog niet in alle gezinnen aanwezig en jongeren onder de 15 gebruikten het internet vooral bij vrienden.
- Op heden hebben meer dan 8 op de 10 gezinnen (met kinderen ten laste) een computer thuis. Dit verklaart waarom de meeste jongeren thuis het internet gebruiken.
- De scholen zijn ook alsmaar beter uitgerust met computer-materiaal.
- Heel weinig jongeren gaan naar een cybercafé om op het internet te surfen.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar die het internet gebruiken

Internet : beslissing om een aansluiting te nemen

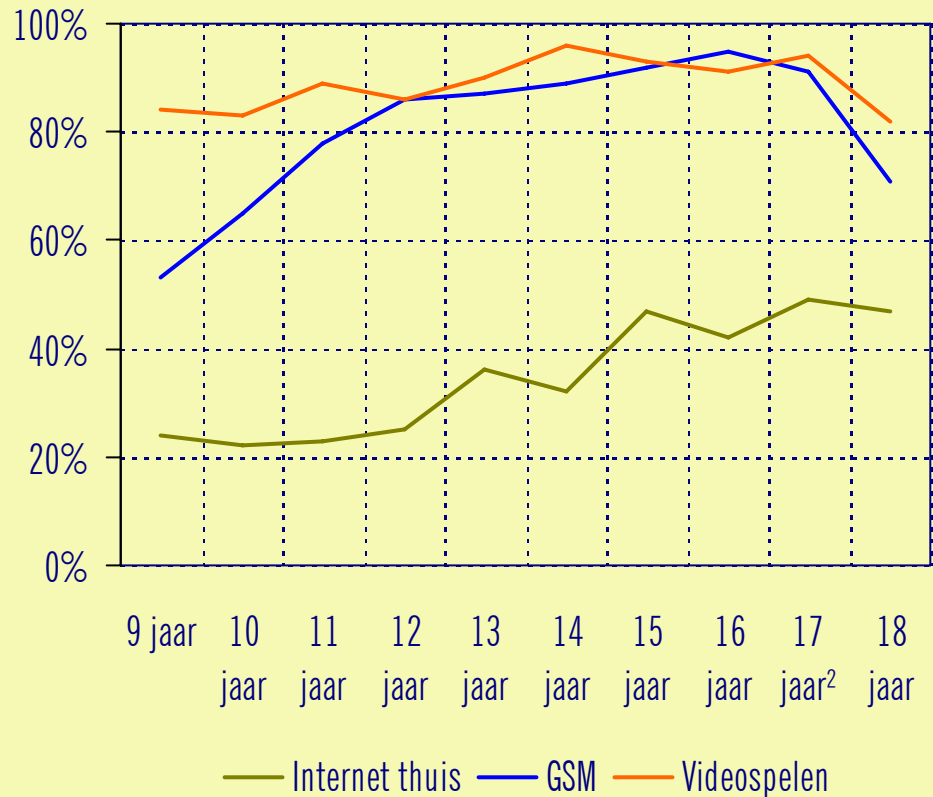


➤ Wie heeft beslist om thuis een internetaansluiting te laten installeren?

- Het zijn over het algemeen de ouders die beslissen om thuis een internetaansluiting te laten installeren.
- Maar in een derde van de gevallen legt de jongere aan de basis van of speelt hij/zij een rol in die beslissing.
- In vergelijking met 2003, toen minder dan 1 op de 4 jongeren deze beslissing nam, zien we in 2006 dat de jongeren vaker aan de basis liggen van deze beslissing.

Basis: jongeren tussen 9 en 18 jaar die het internet gebruiken

Vergelijking tussen generaties



➤ Meting van de globale voorschrijfindex

- Ongeacht de leeftijd of de gebruikte indicator speelt de jongeren een heel belangrijke rol als het gaat om het aankopen van een GSM of videospelletjes.
- De voorschrijfrol voor het laten installeren van een internetaansluiting thuis is groot en de jongere beïnvloedt de installatie in quasi 1 op de 2 gevallen (49%).

Berekening door het OIVO

Conclusies

- **GSM : iedereen gaat erop vooruit**
 - In 2003 hadden 2 op de 3 jongeren een GSM; in 2006 gold dit al voor 8 op de 10 jongeren. En het percentage bezitters neemt constant toe, in het bijzonder onder de jongeren ouder dan 13.
 - Meestal werd die GSM als geschenk gegeven door de ouders. De daling van de aankooprijzen verklaart gedeeltelijk die wijde verspreiding van dit product, maar het is niet de enige verklaring voor het succes van de GSM. De GSM betekent een stuk identificatie voor de jongere, het is een teken van sociale erkenning.
 - De belkredieten zijn de belangrijkste betaalwijze voor de oproepen, maar het zijn de ouders die over het algemeen het belkrediet betalen, want nauwelijks 1 op de 3 jongeren gebruikt eigen zakgeld daarvoor. Het telefoonabonnement komt weinig voor onder de jongeren, ook al komt het geleidelijk aan meer voor sinds 2003.
 - Qua gebruik is het zenden van SMS'jes typisch voor de jongeren. Naarmate ze ouder worden neemt het aantal verstuurde SMS'jes sterk toe (tot 3 per dag vanaf de leeftijd van 13 jaar). Sinds 2003 zijn er meer jongeren (3 op de 4) die bellen of spelletjes spelen met hun GSM. En de gebruiksfrequentie neemt toe met de leeftijd.

Conclusies

- **Internet, het interactieve medium en de manipulator bij uitstek**
 - In 2006 surfen de jongeren dagelijks op het internet. In vergelijking met 2003 surfen meer jongeren en beginnen ze er op jongere leeftijd aan. De verschillen per Gewest, die nog duidelijk zichtbaar waren in 2003, zijn afgevlakt. De jonge Franstaligen hebben hun achterstand ingehaald. Vandaag gebruiken 9 op de 10 jongeren het internet tegenover 7 op de 10 in 2003.
 - Naarmate de jongeren ouder worden neemt de gebruiksfrequentie van het internet toe. Vanaf de leeftijd van 11 jaar surfen de jongeren dagelijks op het internet en vanaf de leeftijd van 15 jaar doen ze dat meermaals per dag. Deze gebruiksfrequentie is bijzonder hoog bij de Vlaamse jongens die in het algemeen onderwijs zitten en in een stad wonen.
 - Doordat het aantal computers in de gezinnen aanzienlijk gegroeid is sinds 2003, surfen de jongeren vandaag de dag hoofdzakelijk thuis. Dit gezegd zijnde is het gebruik van internet op school ook meer courant geworden. Meestal is het zo dat de ouders wel de beslissing nemen om een internetaansluiting te laten installeren thuis, maar dat de jongere een belangrijke voorschrijffrol speelt in dat verband.
 - Vandaag is de digitale kloof kleiner geworden door de uitvoering van regeringsmaatregelen en een prijsdaling. De toegang tot het (breedband)net is gemakkelijker geworden, maar problemen met betrekking tot de bescherming van de minderjarigen moeten nog opgelost worden.

Conclusies

- **Internet, het interactieve medium en de manipulator bij uitstek**
 - Het internet is ook sterk uitgebreid en tal van merken schrikken er vandaag de dag niet voor terug om aan vaak heel jonge minderjarigen websites aan te bieden met een inhoud waarvoor die nog onvoldoende kritisch ingesteld zijn om erop te reageren.
 - Er zijn in dat verband websites die « gewenningstools » voor reclame — zoals Media Smart — aanbieden zonder enig toezicht van of de minste controle door de burgermaatschappij en de verbruikersorganisaties.
 - Het is dus geen toeval dat de kwetsbaarheid van de jongeren de merken ertoe brengt om commerciële of marketingtechnieken te gebruiken die ze manipuleren, zoals de virale of tribale marketing of de buzz marketing. Door de website te bezoeken, « leert » de jongere dat het merk een vriend is. Vervolgens gaat dat merk aan de jongeren bewijzen dat het aan hun behoeften tegemoetkomt.
 - Door zijn vermogen om de wisselwerking tussen de producten, de diensten en de consument te bevorderen, is het internet bezig de verhouding tot het merk te veranderen. Zo gebeurt de communicatie naar de jongeren toe via het internet, gebruik makend van alle via dit medium beschikbare kanalen.

Conclusies

- **Internet, het interactieve medium en de manipulator bij uitstek**
 - Door deze participatieve reclame gaat de jongere meer geloof hechten aan de informatiebronnen die hem/haar nauw aan het hart liggen, zoals de blogs of de mails (virale marketing), des te meer nog doordat die bronnen codes gebruiken die de jongeren appreciëren, zoals humor of respect voor het anders-zijn.
 - Internet ontwikkelt zich om een merk, een product of een dienst bij de jongeren te promoten en beantwoordt perfect aan de waarden van de jongeren, die grote aanhangers zijn van nauwe contacten en gehecht zijn aan de « alternatieve » informatiebronnen. Merken vragen zelfs aan de jongeren om hen « op de goede weg te zetten » door hun mening te geven over producten, door vernieuwingen op een website voor te stellen, enzovoort.
 - De merken gebruiken forums en chatrooms voor het verspreiden van nieuwtjes, van wat je moet weten als je wilt blijven, onder andere over nieuwe muziekproducten, over mode en kleding of over andere producten voor « niet ingewijde » jongeren.
 - Maar het ultieme doel blijft: de jongere zover krijgen dat hij/zij exclusief de producten van het betrokken merk consumeert.

Aanbevelingen

- **Wat de GSM betreft roept het ter beschikking stellen van op zeer jonge leeftijd vragen op.**
 - Zo zagen we op de markt GSM's verschijnen voor kinderen van 4-5 jaar. Maar zelfs op de leeftijd van 9 jaar dient de GSM voor het kind meer als een sociaal erkenningsmiddel onder gelijken dan als communicatiemiddel.
 - En al maakt het gebruik van belkrediet het mogelijk om de gebruikskosten laag te houden, toch zijn het de ouders die voor de telefoonkaarten betalen. Ongetwijfeld voelen de ouders zich « verplicht » om in te gaan op de vraag (het gezaag) van hun kinderen om een GSM te hebben. De GSM wordt zelfs vaak gegeven als een « nuttig » geschenk (!) ter gelegenheid van een kinderfeest. De kinderen spelen volop hun rol als voorschrijvers.
 - De praktijken van de leveranciers van diensten vragen op zijn minst om een uitbreiding van de bescherming van de minderjarigen. Er bestaat wel al een eerste gedragscode voor de operatoren, maar die heeft reeds getoond waar haar grenzen liggen (ze wordt helemaal niet nageleefd door buitenlandse dienstenleveranciers) en moet herzien worden om beter aan de huidige behoeften te beantwoorden.

Aanbevelingen

- **Internet: de wetgeving is ontoereikend want het gebruik van het internet is niet zonder gevaar.**
 - De digitale kloof is wel afgenomen, maar de overheid moet nog altijd doorgaan met het aanmoedigen van het gebruik van de informatie- en communicatietechnologieën op de publieke plaatsen en in de leef- en onderwijs-omgeving, en de ontwikkeling vergemakkelijken van een publieke inhoud die meer aangepast is, vrij van kosten is en ook de jongeren aanspreekt om er gebruik van te maken.
 - Problemen met betrekking tot de bescherming van de minderjarigen moeten opgelost worden. We denken bijvoorbeeld aan:
 - Eerbiedigen van de voorschriften voor de handelspraktijken, bijv. met betrekking tot consumentenbedrog, aankopen doen, overfacturatie, spams, aansprakelijkheid van de tussenpersonen in de informatiesector (onder meer van de veilingsites), garantie ten overstaan van de vertrouwensderden, bescherming van de online aankopen en betaalwijzen.
 - Respect voor de privacy, onder andere in verband met de voorafgaande toestemming, het systematisch verzamelen en het gebruiken van de ingezamelde adressen zonder de vrije, specifieke en onderlegde toestemming van de internet-gebruikers tot wie men zich richt.
 - Reclamepraktijken, onder meer de nieuwe technieken zoals de virale marketing.
 - Eerbied voor het recht op informatie en op de privé-kopie.
 - Verslaving aan spelletjes.

Verantwoordelijke uitgever :

Marc Vandercammen

OIVO

Paapsemiaan 20 - 1070 BRUSSEL

Tel. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01

www.oivo.be

Uitgave 2006

Catalogusref. : 818-06

D 2006-2492-88©OIVO

Prijs: 31 €

Overnames voor niet-commerciële doeleinden toegestaan mits bronvermelding