

KANTAR PUBLIC

**De mediawijsheid van jongeren in beeld
Onderzoek naar mediawijsheid onder jongeren
van 13 tot 18 jaar**

**Kantar Public
Suzanne Plantinga & Manuel Kaal**

**27 november 2018
H5952**



mediawijzer.net

Inhoudsopgave

Inleiding en samenvatting	3
Scores op de competenties	7
Clusteranalyse	11
De resultaten per vraag per dimensie	29

1.

Inleiding en samenvatting

Inleiding

Mediawijzer.net is het Nederlandse netwerk voor mediawijsheid. Bij het netwerk zijn meer dan 1.000 organisaties aangesloten die zich sterk maken voor de bevordering van mediawijsheid bij de jeugd. Samen met de partners werkt Mediawijzer.net aan bewustwording en activeringscampagnes, het ontwikkelen van les- en leermaterialen en aan onderzoek gericht op de behoeftes van kinderen jongeren, ouders, leraren en begeleiders op het gebied van mediawijsheid.

Met de opmars van de smartphone is de duim een machtig instrument geworden. Of we er nu mee scrollen, klikken of swipen: de mogelijkheden zijn eindeloos. Op de hoogte blijven van het laatste nieuws, met je volgers delen wat je vandaag hebt meegemaakt of op zoek naar een nieuwe date? Je duim regelt het allemaal.

Maar de ene duim is de andere niet, en lang niet iedereen is er even handig mee. Dat is een groeiend probleem. Want of het nu gaat om het doorprikken van nepnieuws, het vinden van informatie of het doseren van je mediagebruik: het wordt steeds belangrijker om een bepaalde mate van mediawijsheid in de vingers te hebben. Daarbij hoort ook dat je je bewust bent van wat allemaal nodig is om mee te kunnen komen in een samenleving die steeds digitaler wordt.

Tijdens de Week van de Mediawijsheid richt Mediawijzer.net zich op iedereen die een helpende hand kan gebruiken.

Kantar Public heeft daarom in opdracht van Mediawijzer.net onderzoek uitgevoerd naar de mediawijsheid van jongeren in Nederland. Ruim 1.000 jongeren van 13 tot 18 jaar vulden een vragenlijst in. Deze steekproef is representatief voor de jongeren in Nederland van deze leeftijd. Dit onderzoek is onderdeel van een reeks studies waarin Mediawijzer.net de mediawijsheid van de Nederlandse bevolking in kaart brengt.

Vragenlijsten invullen hebben deze jongeren onder de duim, maar dat betekent nog niet dat ze allemaal mediawijs zijn, als we ze langs de lat leggen zoals die is opgesteld door Mediawijzer.net. Net als bij het onderzoek onder volwassenen (van september 2018) is mediawijsheid geoperationaliseerd aan de hand van het competentiemodel van Mediawijzer.net. In de vragenlijst onder jongeren waren de tien competenties de basis voor vragensets waarop per competentie tien punten kon worden verdiend.

Deze rapportage bevat de uitkomsten van het onderzoek onder jongeren. We rapporteren de scores van de jongeren op tien competentiegroepen uit het competentiemodel (te groeperen in de domeinen begrip, gebruik, communicatie en strategie). Daarnaast laten we zien waar de ene groep jongeren duidelijk beter in is dan de andere, en waar ze allemaal relatief goed of minder goed in zijn. Resultaten van alle in de vragenlijst opgenomen variabelen zijn in de bijlage opgenomen, evenals een onderzoeksverantwoording.

Mediawijsheid meten onder jongeren: tien competenties binnen vier groepen

Begrip



Bevatten

is zich bewust van de impact van (online) media op het leven



Doorzien

doorziet de uitwerking van technieken op mensen/op het leven



Herkennen

herkent kleuring door (online) media

Gebruik



Benutten

benut technische mogelijkheden van (online) media



Koppelen

koppelt media

Communicatie



Vinden

vindt informatie via (online) media



Toevoegen

voegt content toe



Interacteren

interacteert zinvol

Strategie



Nadenken

denkt na over eigen mediagebruik



Bereiken

bereikt doelen door gebruik van (online) media

Samenvatting

Van de 100 punten die jongeren in totaal konden verdienen in deze vragenlijst, scoren jongeren tussen 13 en 18 gemiddeld 49,2 punten. Zou je de schoolse voldoende grens van een 5,5 aanhouden, is 36% van de Nederlandse jongeren van 13 tot 18 jaar mediawijs en scoort de rest een onvoldoende. De hoogst behaalde score is 78 van de 100 punten, de minst mediawijze persoon in deze steekproef haalde 7 punten. Daarna zijn de scores geïndexeerd waarbij de hoogste score als maximale score wordt gezien waar de andere scores aan worden gerelateerd.

Op de tien competenties blijven de scores vrij laag, ze variëren van 3,1 (van de tien - geïndexeerd) voor Koppelen tot 6,6 voor Vinden. Competenties waar jongeren relatief goed op scoren zijn Nadenken en Bereiken (6,2 en 5,9 van de tien punten - geïndexeerd). Jongeren zijn naast Koppelen vooral niet mediawijs op het gebied van Benutten en Herkennen.

Meisjes zijn iets mediawijzer dan jongens (52 versus 47 punten). Mediawijsheid stijgt met opleidingsniveau (41 punten onder VMBO basis- of kaderjongeren en 59 punten onder WO-jongeren - geïndexeerd) maar niet zo sterk met leeftijd. Het opleidingsniveau en het inkomen van ouders heeft wel impact op mediawijsheid van jongeren (hogere sociale klasse 53 punten, lagere sociale klasse 41 punten - geïndexeerd).

Een segmentatie in drie groepen laat zien dat 20% van de jongeren duidelijk voorloopt op de rest, met een gemiddelde score van 74 punten. De grote middenmoot (60% van de jongeren) scoort gemiddeld 49 punten en een op de vijf jongeren typeren we als achterblijver op het gebied van mediawijsheid, zij halen gemiddeld 29 van de 100 punten (alle scores zijn geïndexeerd).

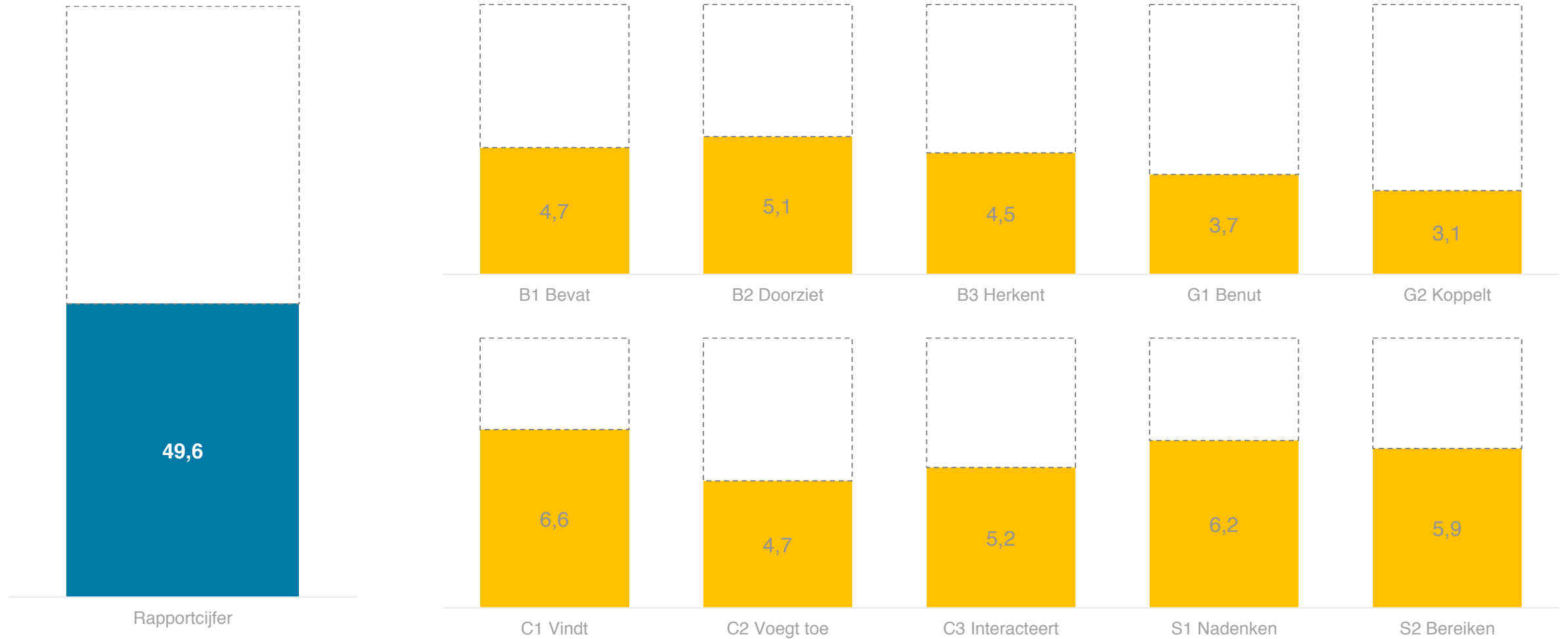
Voorlopers scoren op alle dimensies hoger dan de andere groepen maar zijn hun leeftijdsgenoten vooral ver voor op het gebied van Toevoegen en Doorzien. Achterblijvers blijven op alle dimensies achter, behalve op Strategie; daar liggen hun scores opvallend genoeg dichtbij de middenmoot en voorlopers. Achterblijvers geven vaker het verkeerde of minder mediawijze antwoord, maar geven ook beduidend vaker aan het niet te weten.

Voorlopers en achterblijvers vormen van de ruim 1,2 miljoen jongeren in deze leeftijd beiden een groep van ruim 230.000 jongeren. De grote middenmoot is een groep van zo'n 760.000 jongeren.

Er schuilt een kans in het feit dat jongeren, ook de achterblijvers, relatief goed nadenken over hun eigen mediagebruik, en dat ook grote groepen jongeren, ook achterblijvers, digitale media gebruiken om nieuwe dingen te leren.

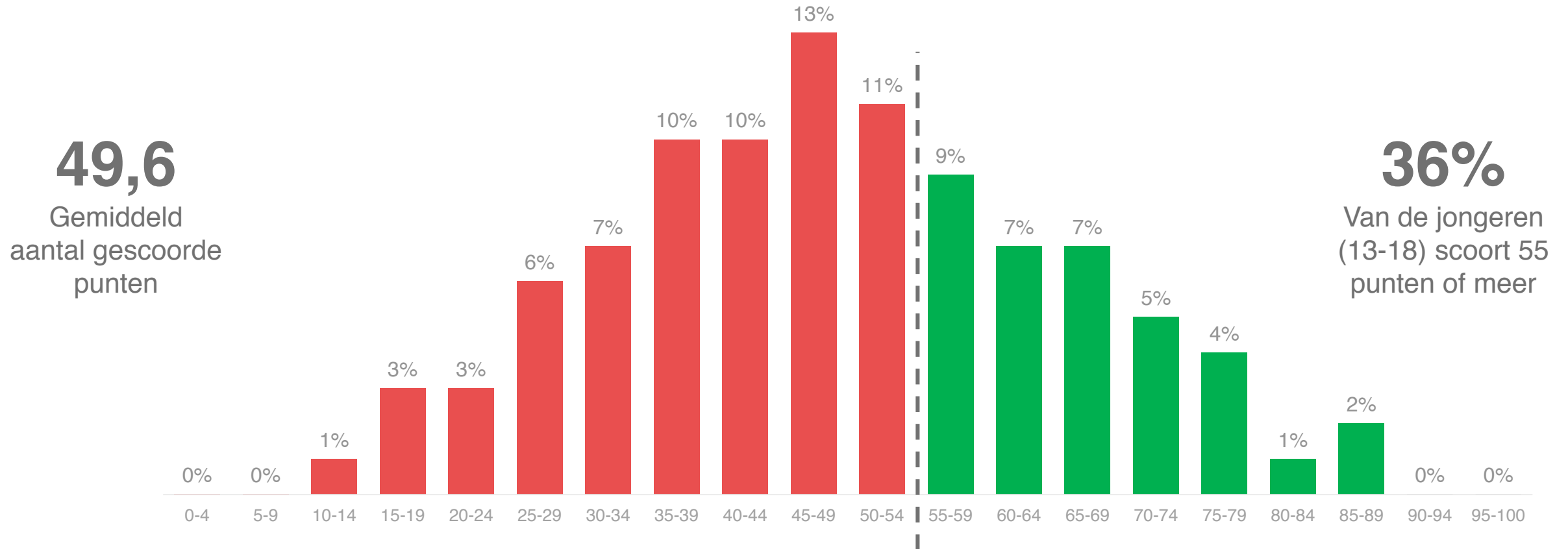
Scores op de competenties

Jongeren halen gemiddeld 49,6 punten; ze scoren relatief goed op vinden, nadenken en bereiken en slecht in het domein 'gebruik' (benutten en koppelen)

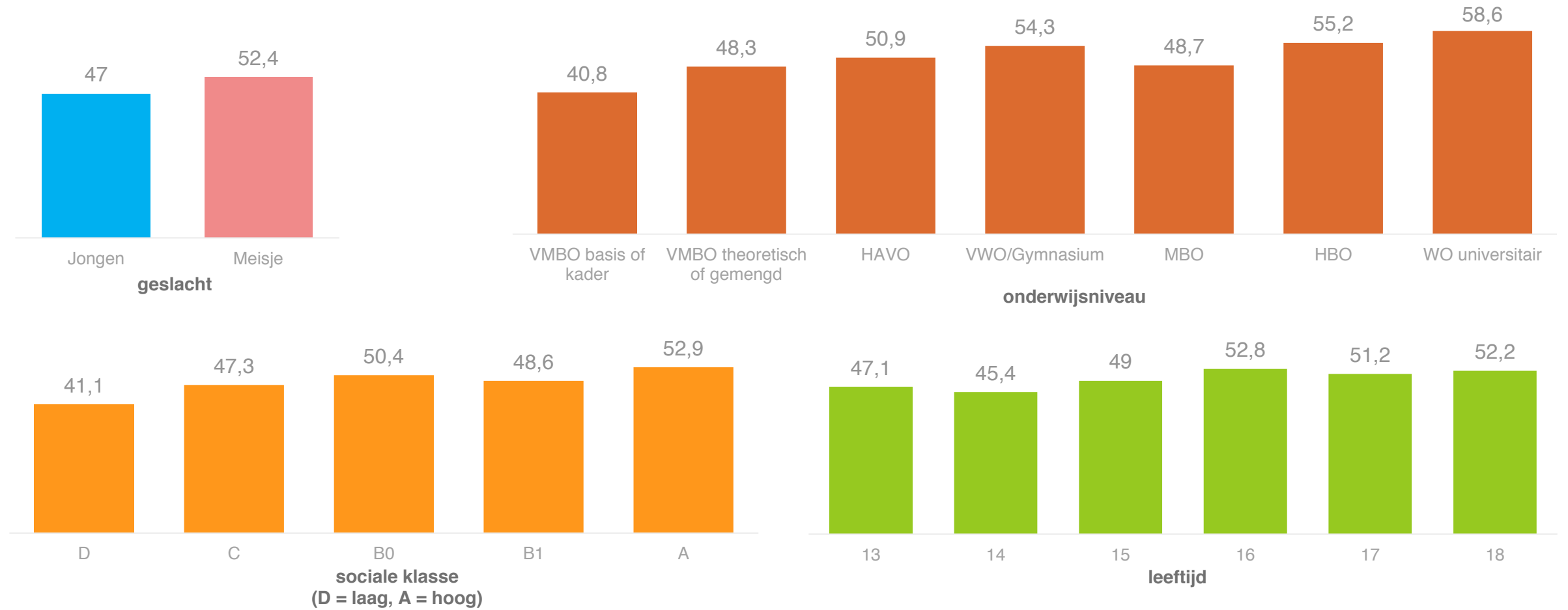


Spreiding van de scores laat normaalverdeling zien. Een op de drie jongeren scoort voldoende of hoger.

De scores van de jongeren zijn normaal verdeeld, wat laat zien dat deze vragenlijst niet te moeilijk of te makkelijk is geweest. De geïndexeerde cijfers laten zien dat het gemiddelde aantal punten bijna 50 bedraagt, waarbij een op de drie jongeren 55 punten of meer scoort en daarmee een voldoende scoort op mediawijsheid.



Meisjes iets mediawijzer dan jongens. Opleiding en sociale klasse hebben impact, leeftijd niet zo sterk.



Clusteranalyse

Clusteranalyse

Net als in het onderzoek naar volwassenen¹, is ook in deze studie gezocht naar overeenkomsten in antwoordpatronen van respondenten. Via deze clusteranalyse kunnen we de groep jongeren indelen naar een aantal groepen waarbinnen de respondenten op elkaar lijken wat hun gegeven antwoorden betreft. Een clusteranalyse voeren we uit om inzicht te krijgen in subgroepen op basis van hun mediawijsheid, zodat een gerichte aanpak kan worden gekozen om mediawijsheid voor een bepaalde groep te kunnen bevorderen.

De clusteranalyse is gemaakt op basis van de scores op iedere dimensie (de tien competenties zoals bevatten, doorzien, herkennen, et cetera waar een respondent per dimensie 10 punten op kon scoren).

Op de volgende pagina's laten we de clustering zien en kleuren we die aan de hand van een aantal achtergrondgegevens. Ook koppelen we de scores op de competenties aan de clusters, zodat te zien is waar voorlopers op voorlopen en achterblijvers op achterblijven.

Enkele opvallende scores op afzonderlijke items worden daarna gepresenteerd. De scores van de totale groep op alle items zijn vervolgens in het laatste hoofdstuk opgenomen.

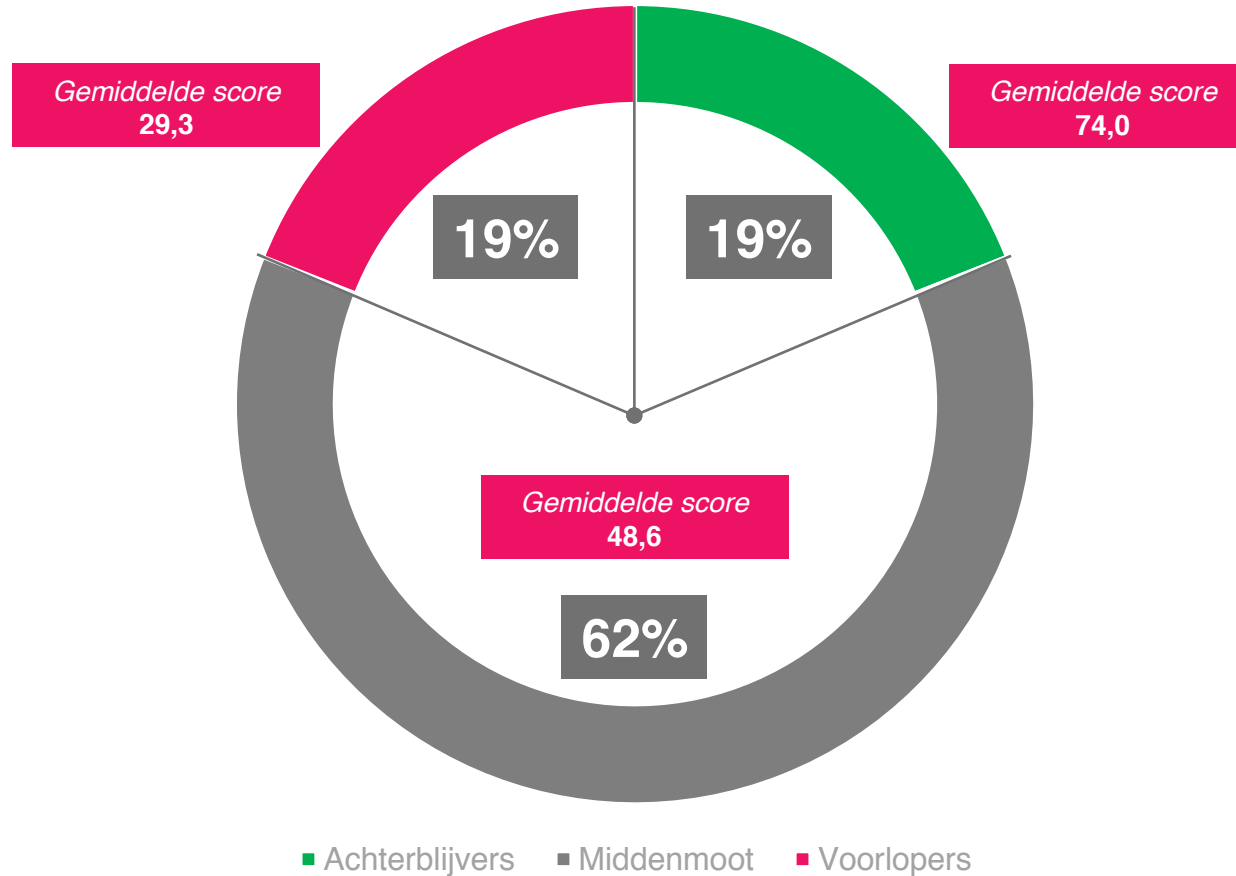
¹ Hoe mediawijs is Nederland? Kantar Public, september 2018. <https://www.mediawijzer.net/wp-content/uploads/sites/6/2018/09/Rapport-Mediawijsheid-volwassenen-2018.pdf>

Een grote middenmoot, een op de vijf steekt hier bovenuit, evenveel jongeren komen veel te kort

De grote middenmoot is een groep van 62% die gemiddeld 48,6 van de 100 punten scoort.

Een op de vijf jongeren is relatief zeer mediawijs. Zij scoren gemiddeld 74 van de 100 punten.

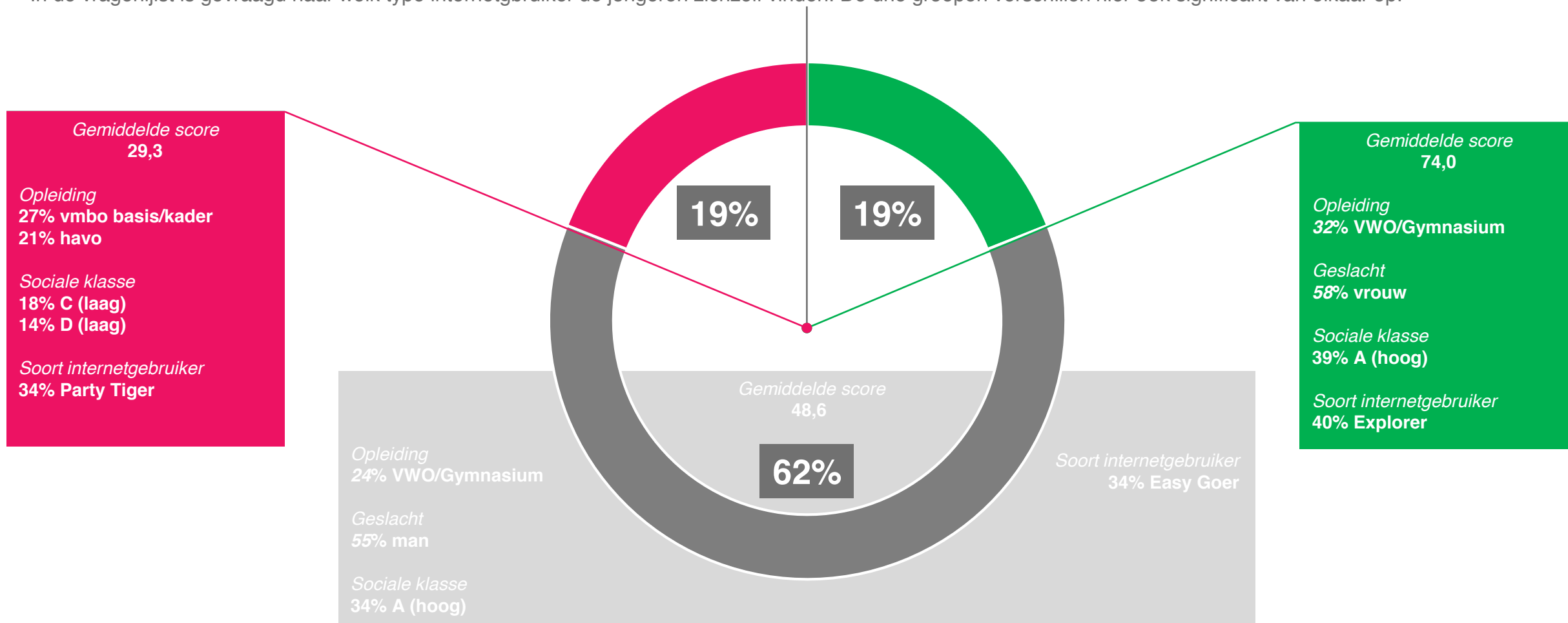
Een net zo grote groep (19%) scoort laag. Hun scores zijn gemiddeld 29,3.



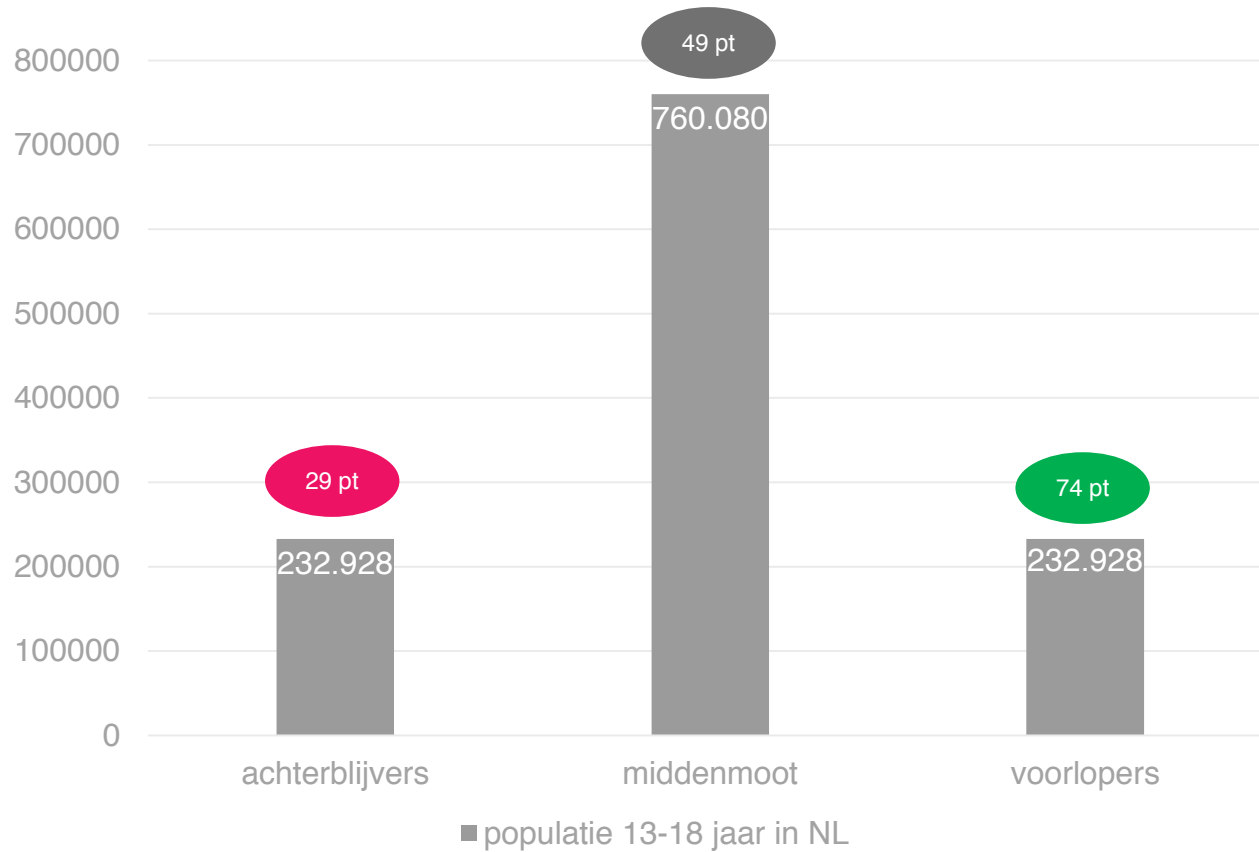
De drie clusters in perspectief op achtergrond en type internetgebruiker

Hieronder zijn de drie groepen nogmaals opgenomen, met daarbij de achtergrondkenmerken waar de groepen op opvallen. Zo is in de meest mediawijze groep (groen) een op de drie jongeren scholier van het VWO/Gymnasium. Ook is het percentage meisjes relatief groot in deze groep (58%).

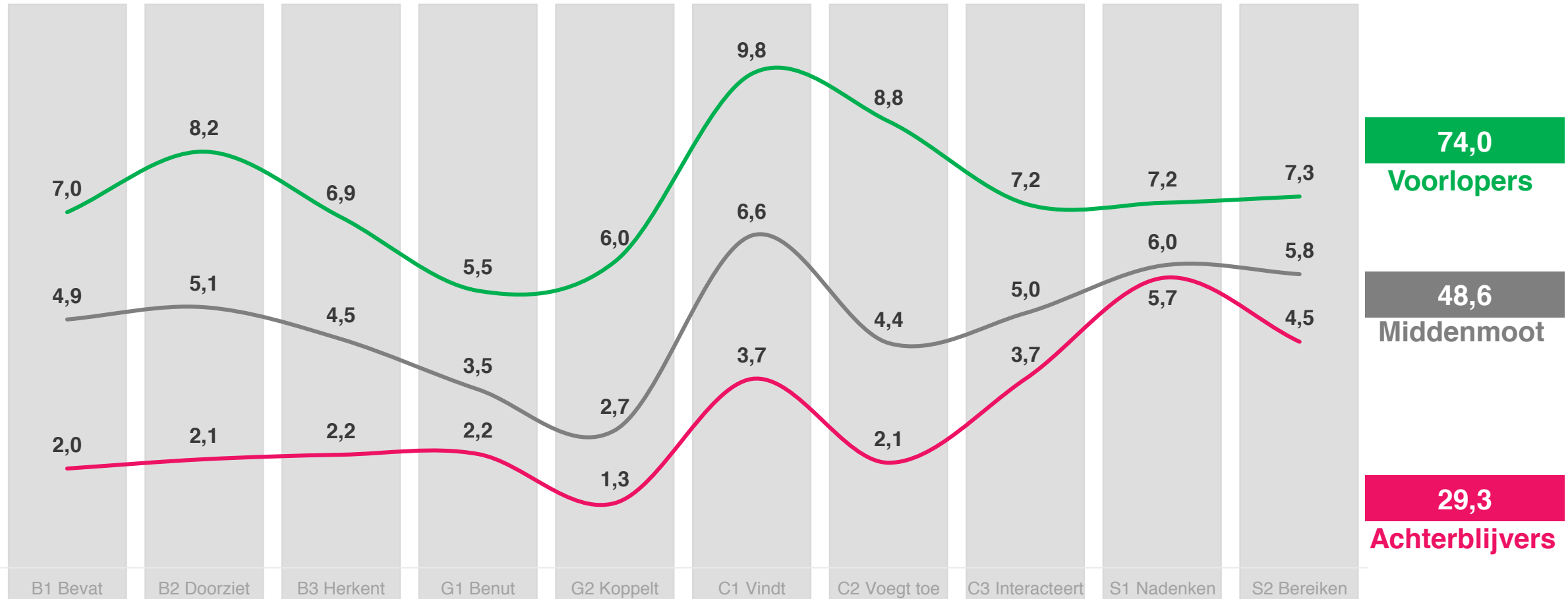
In de vragenlijst is gevraagd naar welk type internetgebruiker de jongeren zichzelf vinden. De drie groepen verschillen hier ook significant van elkaar op.



Ruim 230.000 jongeren zijn beduidend minder mediawijs dan leeftijdsgenoten



Voorlopers zijn hun leeftijdsgenoten ver vooruit, voornamelijk op voorzien van media, zelf dingen vinden en content toevoegen. In Strategie (nadenken over eigen mediagebruik en bereiken van doelen via media) ontlopen de jongeren elkaar niet veel.



Massaal actief op de smartphone, voorlopers de meest 'heavy users' van allerlei media.

Bijna iedereen heeft een smartphone, achterblijvers net iets minder vaak. Het type telefoon verschilt niet opvallend tussen de groepen. De groep voorlopers kan de voorsprong op de rest behouden omdat zij uitgebreider zijn toegerust met allerlei devices. Ze hebben vaker een laptop, pc, digitale camera of drone dan hun leeftijdsgenoten.



Voorlopers laten de tv vaker links liggen dan achterblijvers (37% kijkt vaak versus 50% kijkt vaak bij achterblijvers)

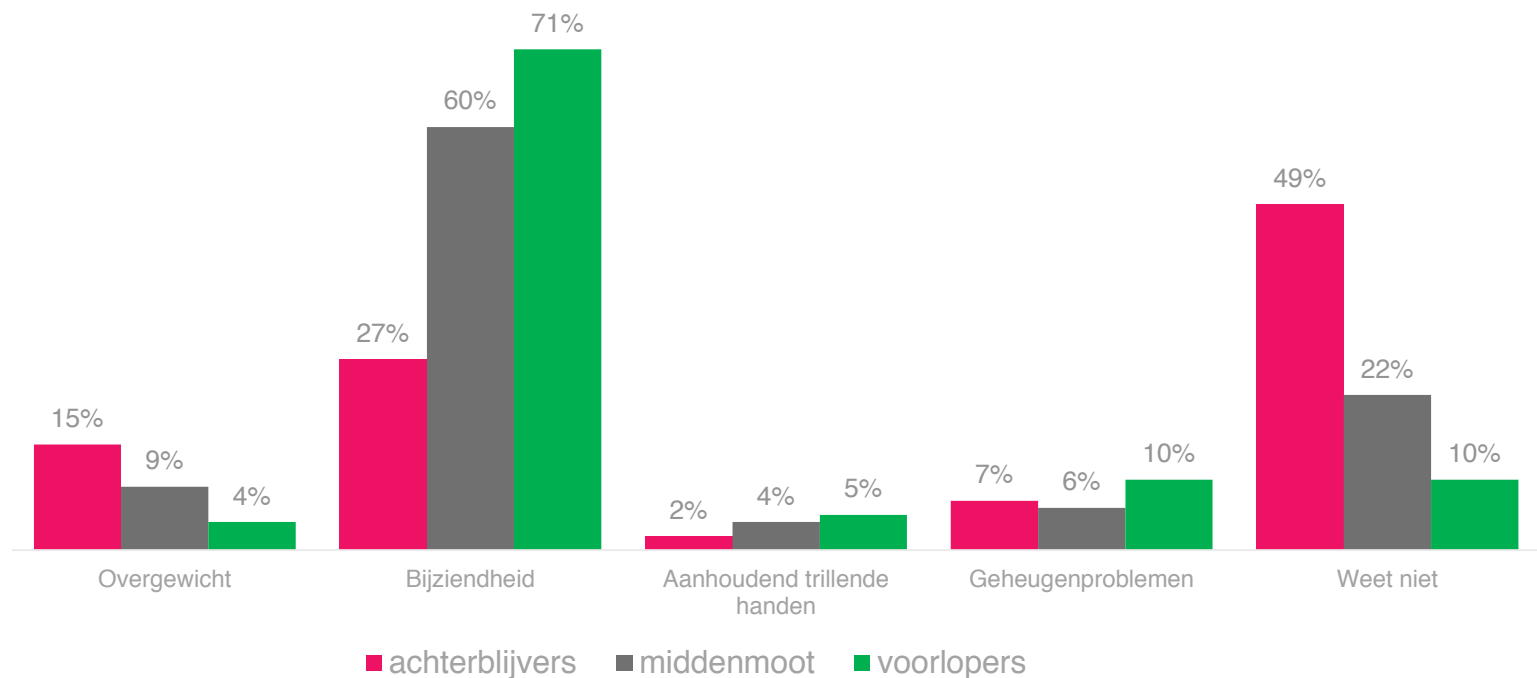


Grappig: boeken lezen blijft voor iedereen: 18% van de jongeren zegt 'vaak' te lezen, maar onder zowel voorlopers als achterblijvers is dat vaker (23%) dan bij de middenmoot

Veel jongeren zijn zich niet bewust van de impact van urenlang smartphone gebruik op gezondheid

Voorlopers zijn zich er veel beter van bewust dat dit kan leiden tot bijziendheid dan de grote middenmoot en de achterblijvers. Onder die laatste groep is vooral het percentage 'weet niet' hoog als antwoord op de stelling.

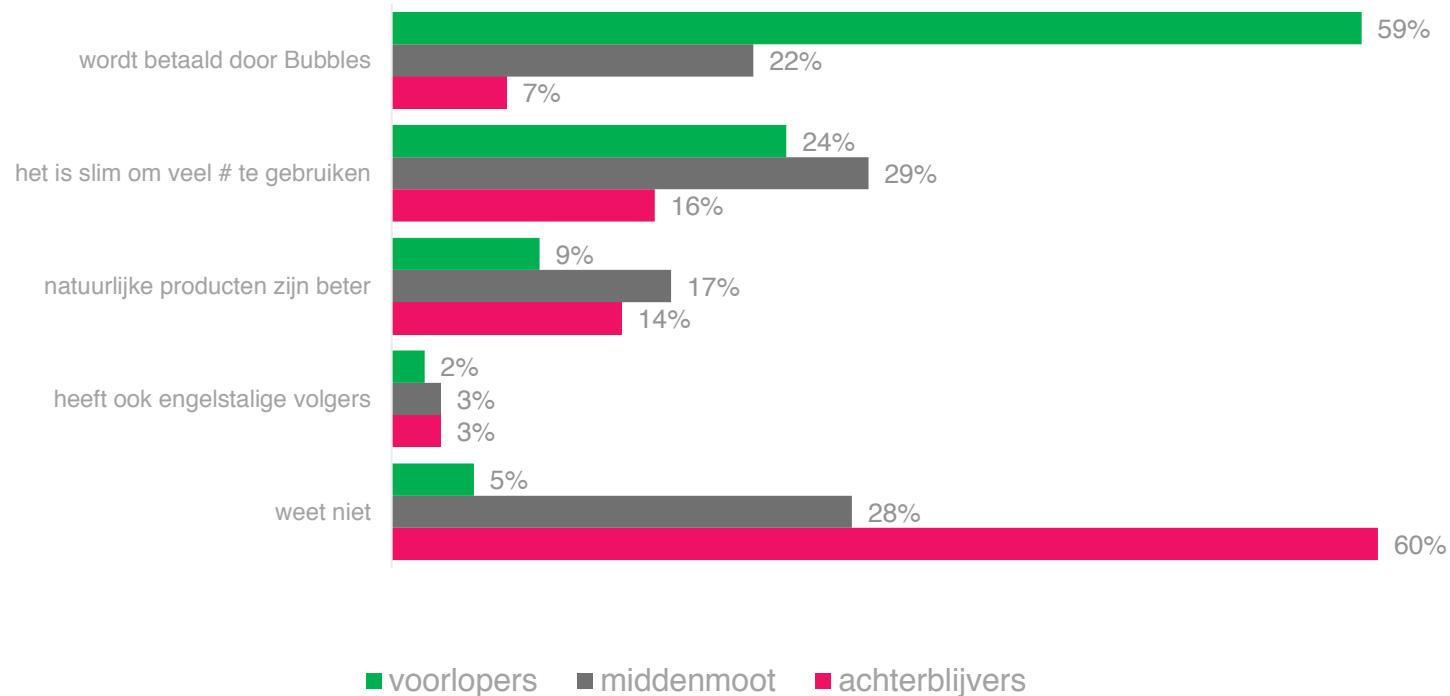
Als je iedere dag een aantal uren per dag bezig bent met je smartphone heb je grote kans last te krijgen van:



Grote groep jongeren doorziet een techniek als # niet

Onderstaande stelling maakt zeer duidelijk dat sommige jongeren de wereld van (online) media wel doorzien en dat er ook heel veel jongeren zijn die echt niet weten of doorzien wat de uitwerking van – in dit geval social – media is op de ontvanger. Het bovenste antwoord laat zien dat iemand doorziet wat er achter een hashtag kan schuilgaan. We moeten erbij vermelden dat het over Twitter gaat terwijl relatief weinig jongeren daar actief op zijn, maar dat geldt ook voor de voorlopers en die doorzien de techniek veel vaker wel. Het merendeel van de achterblijvers weet het simpelweg niet.

Deze hashtags bij een Instagram-bericht van Morethanamom betekenen:

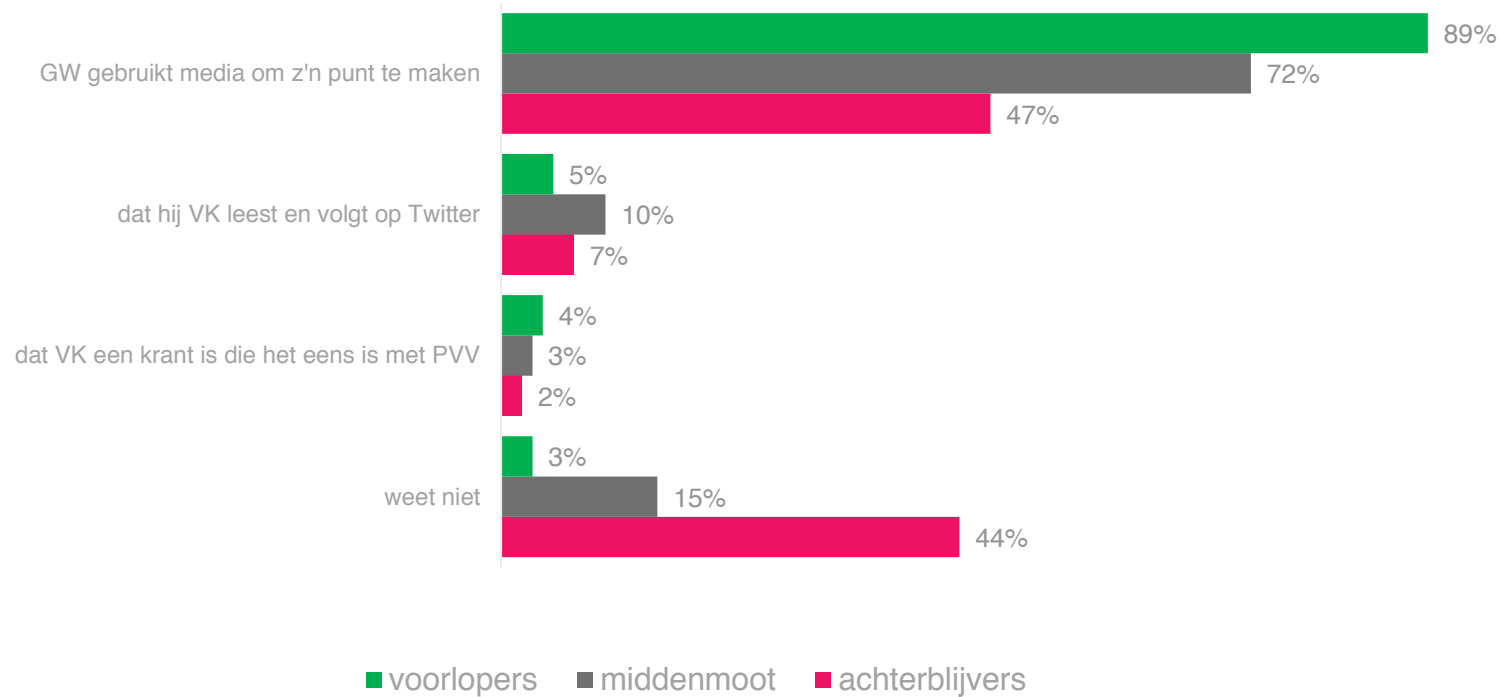


#bubblesbodycare
#natuurlijkecosmetica #duurzaam
#natuurlijk #spon #douchegel #bath

Voorlopers herkennen wat er met digitale media gebeurt, flink deel van de jongeren herkent de werking niet

Voorlopers herkennen bijna allemaal dat in onderstaande voorbeeld Geert Wilders media gebruikt zijn punt te maken. Ook in de grote middenmoot wordt dit herkend, en bijna de helft van de achterblijvers ziet ook dat in onderstaande voorbeeld de politicus de media gebruikt om z'n punt te maken. Opvallend is evengoed nog het zeer grote percentage 'weet niet' in de laatste groep, vergeleken met hun leeftijdsgenoten.

Deze tweet van Geert Wilders geeft aan dat:



Zeer grote verschillen tussen jongeren in hoe zij mogelijkheden benutten. Als het om internetveiligheid gaat lopen achterblijvers daardoor behoorlijk risico



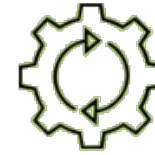
De helft van de jongeren heeft (zelf) een virusscanner op z'n computer geïnstalleerd.

Voorlopers: 71%
Achterblijvers: 31%



Een kwart maakt geregeld een back-up van zijn gegevens.

Voorlopers: 41%
Achterblijvers: 15%



Vier op de tien checkt en installeert updates geregeld.

Voorlopers: 68%
Achterblijvers: 21%



14% heeft z'n mobiel 'boefproof' gemaakt.

Voorlopers: 26%
Achterblijvers: 5%



De grote verschillen tussen voorlopers en achterblijvers worden onder andere verklaard door de houding die jongeren aannemen:

“Ik maak me niet zo druk om veiligheid”

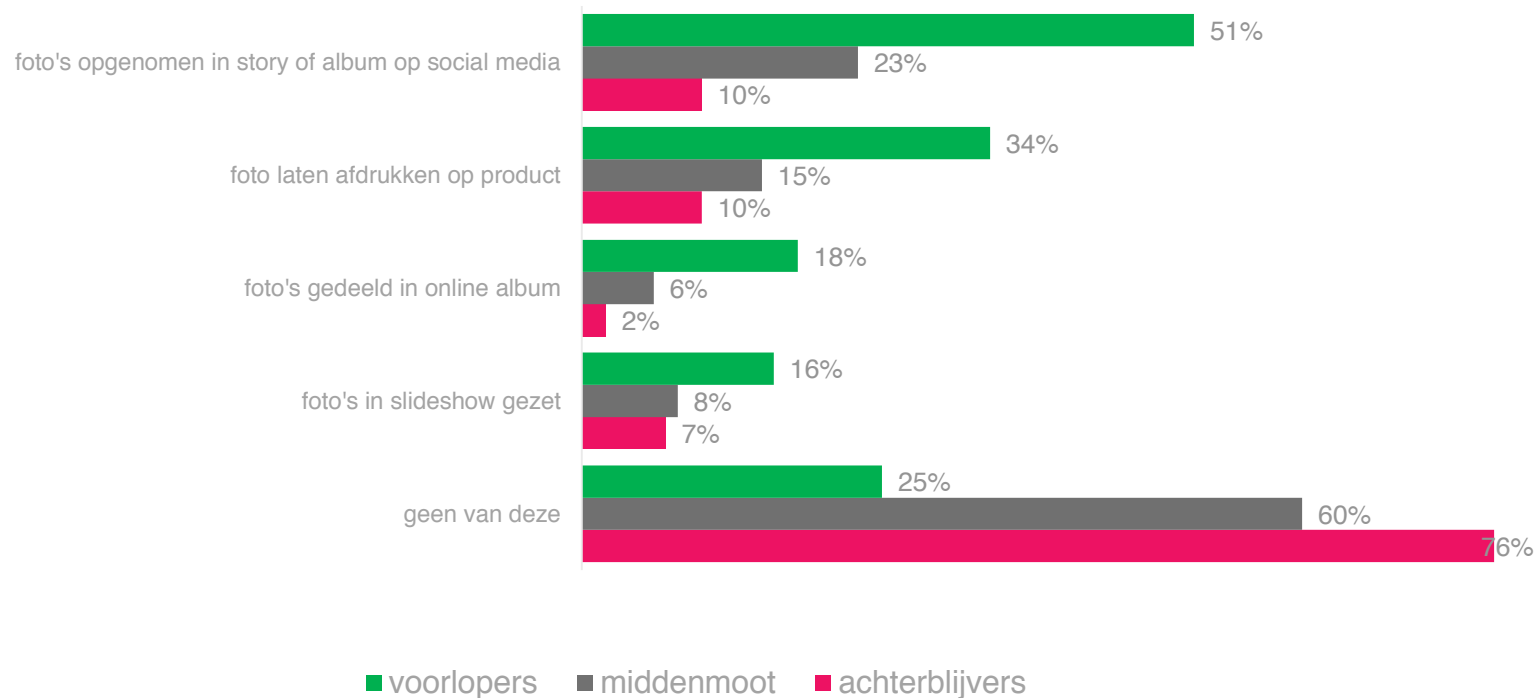
5% van de voorlopers is het hier mee eens. Onder achterblijvers is dit maar liefst 34%.

Opvallend: jongeren hebben koppelen van media het minst goed onder de duim

Koppelen van media als competentie doen jongeren het minst goed, vergeleken met de andere negen competenties. Bij koppelen gaat het om bijvoorbeeld wat je allemaal met Whatapp doet naast chatten (locatie delen, beeldbellen), of wat je met informatie doet die je online vindt (bladwijzers maken, ordenen, documenten downloaden). Of, zoals hieronder, wat je allemaal kunt met digitale foto's. Een grote meerderheid in de groep achterblijvers doet niks met digitale foto's en scoort dus laag op deze competentie, maar ook een kwart van de voorlopers en zes van de tien middenmoters koppelen foto's niet aan andere media.

Bij de vraag wat men allemaal met Whatsapp doet, zien we dat de voorlopers massaal veel actiever zijn dan hun leeftijdsgenoten met alles wat je met Whatsapp kunt.

Ik heb de volgende activiteiten wel eens uitgevoerd met digitale foto's



Jongeren zijn relatief goed in het online zoeken en vinden

Jongeren scoren het hoogst op de competentie Vinden. Ze weten relatief goed hoe ze iets moeten opzoeken, hoe je de betrouwbaarste informatie krijgt (zoals hieronder via Tripadvisor) en wat verschillende browsers zijn. Ook achterblijvers scoren relatief goed op deze competentie. De reden dat hun score lager ligt dan bij de andere groepen, ligt vaak in het percentage 'weet niet' (zoals in onderstaande voorbeeld). Het is dus niet zo dat zij het niet goed doen (hoewel in onderstaande voorbeeld ook relatief vaak een minder goed antwoord wordt gegeven), maar ze weten vaker echt niet hoe ze het moeten aanpakken.



Je gaat een weekendje naar Praag. Je zoekt nog een leuk hotel en leuke dingen om te doen. Voor de meest volledige info kun je het beste...

	Achterblijver	Voorloper
<i>Een tweet sturen of bericht op Facebook plaatsen waarin je vraagt om tips</i>	2%	2%
<i>Een appje sturen in een groep waar je lid van bent</i>	2%	3%
<i>Kijken op Tripadvisor</i>	39%	85%
<i>Kijken op hotels.nl</i>	21%	8%
<i>Weet ik niet</i>	35%	3%

Veel jongeren kunnen zowel functionele als sociale content toevoegen maar ook veel skills nog niet aanwezig, ook niet bij voorlopers

Het lukt veel jongeren om content toe te voegen zoals een video uploaden of een pdf maken, hoewel het percentage jongeren dat dit zegt te kunnen onder de achterblijvers consequent veel lager ligt dan in de andere groepen.

Skills als programmeren, een illustratie maken of een forum modereren, zijn ook bij veel voorlopers nog niet aanwezig.

	achterblijvers	middenmoot	voorlopers
PDF document maken	28%	58%	84%
Story op Instagram maken	26%	45%	82%
Avatar van jezelf maken	26%	44%	77%
Eigen video uploaden op YouTube	17%	48%	77%
Video monteren	9%	26%	65%
360 graden foto of video maken	14%	34%	61%
Facebook groep aanmaken en beheren	16%	33%	57%
Bijdrage plaatsen op Wikipedia	3%	13%	45%
Website maken	6%	20%	43%
Geanimeerde GIF maken	3%	11%	41%
Illustratie maken met professionele software	2%	7%	23%
Programmeren	1%	7%	22%
Petitie starten	0%	3%	18%
Forum modereren	0%	3%	12%
Geen van deze	36%	12%	1%

Interacteren voor achterblijvers relatief sterke competentie, voor voorlopers juist een van de minder goed scorende competenties

Onderstaande voorbeeld laat zien dat veel jongeren ook bewust kiezen om niet te reageren op bepaalde berichten. Dat kan heel wijs zijn, maar reageren op een nette manier getuigt meer van interacteren online en je daarbij ook sterk maken voor netiquette of je uitspreken tegen kwetsende posts van mensen. Het valt op (zie ook de grafiek op pagina 15) dat deze competentie onder voorlopers relatief slecht scoort terwijl het onder achterblijvers juist een van hun beste competenties is. De scores van de drie groepen liggen niet zo ver uit elkaar, onderstaande resultaten zijn daarom ook van de totale groep (geen significante verschillen).



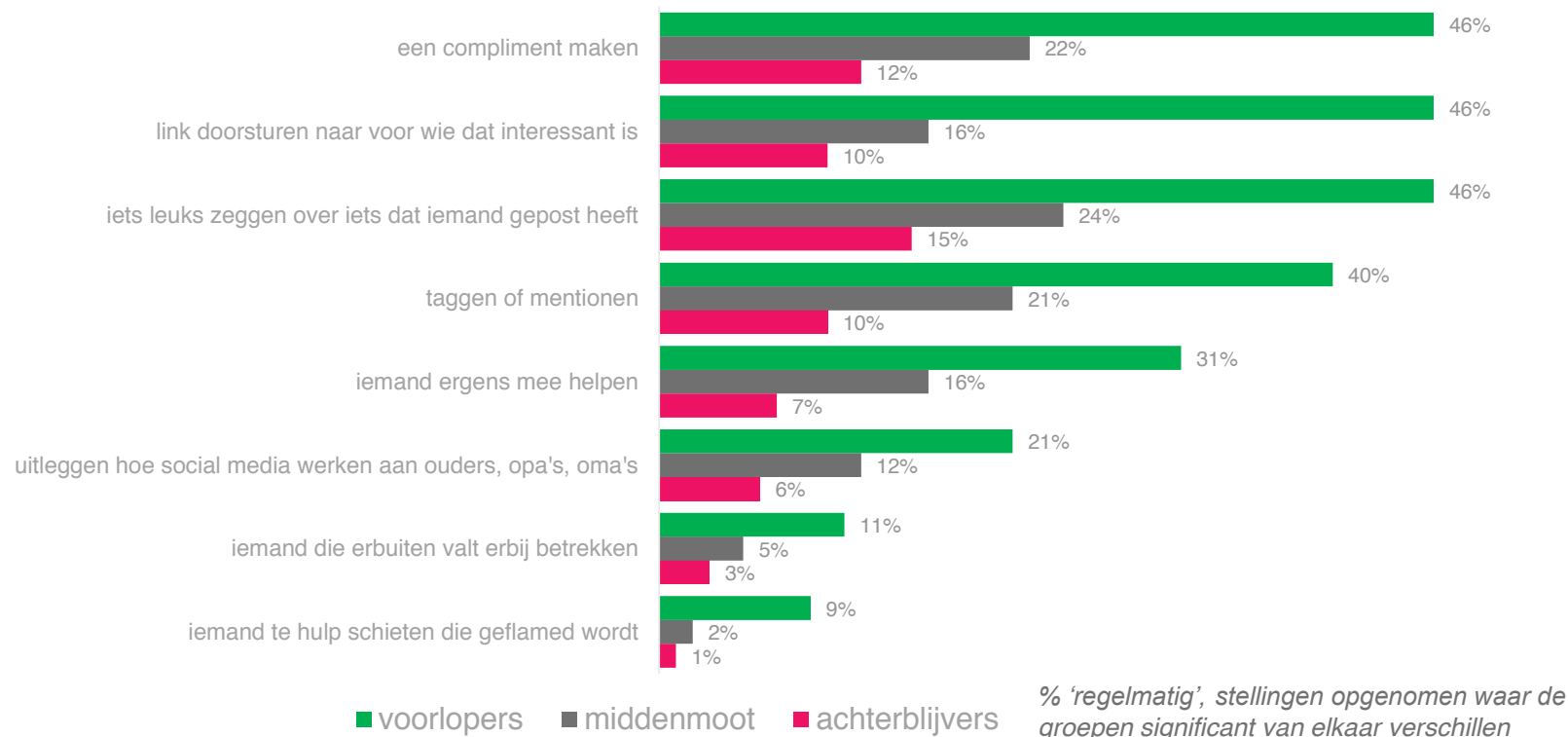
Ene 'Bob' scheldt en tiert op Twitter over Zwarte Piet, hij maakt daarbij gebruik van zeer groffe en racistische taal'.

<i>Als je 'Bob' volgde op Twitter en dit bericht zag, wat zou je dan doen?</i>	<i>Totale groep</i>
<i>Niets, moet Bob zelf weten als hij zulke dingen wil posten</i>	<i>51%</i>
<i>Ik zou de tweet retweeten, Sinterklaas is een prachtige traditie</i>	<i>8%</i>
<i>Ik zou Bob ontvolgen</i>	<i>27%</i>
<i>Ik zou antwoorden dat iedereen een mening mag hebben over het feest, maar dat schelden en discrimineren kwetsend is</i>	<i>13%</i>
<i>Ik zou tweeten dat ik hoop dat Bob nog eens keihard op z'n muil wordt geslagen door een paar Zwarte Pieten</i>	<i>2%</i>

Voorlopers zijn degenen die social media op een positieve manier benaderen en anderen daarin willen meenemen

Er zitten grote verschillen tussen jongeren wat betreft hun social media gebruik. De groep die we voorlopers noemen, zetten zich op een hele andere manier in op social media dan de middenmoot of de achterblijvers. Ze gebruiken niet alleen social media omdat ze dat zelf leuk vinden maar dragen ook actief bij aan een veilige en positieve sfeer online voor anderen, door vaker iemand ergens mee te helpen, mensen complimenten te maken en (in mindere mate) ook anderen erbij te betrekken die erbuiten vallen.

Ik doe de volgende dingen op social media:



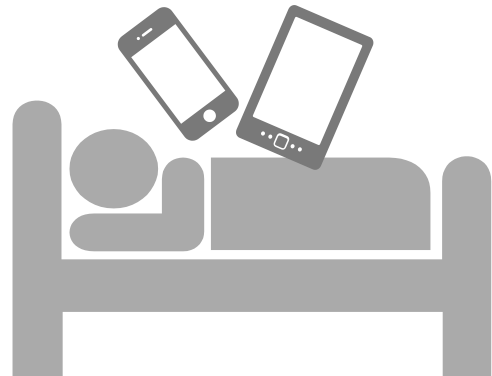
Nadenken over eigen mediagebruik gemiddeld genomen sterkste competentie van jongeren



Nadenken is de competentie waar gemiddeld de hoogste score op behaald wordt. Er is een aantal zaken opvallend:

- de scores op deze competentie binnen het domein strategie lopen veel minder uiteen dan de scores op andere competenties.
- vooral achterblijvers laten hier een relatief hoge score op zien
- het is de enige competentie waar achterblijvers hoger op scoren dan de middenmoot. De term achterblijvers is dus niet op deze groep van toepassing als het gaat om deze competentie.

Kijk jij vlak voor het slapen gaan naar een beeldscherm?¹

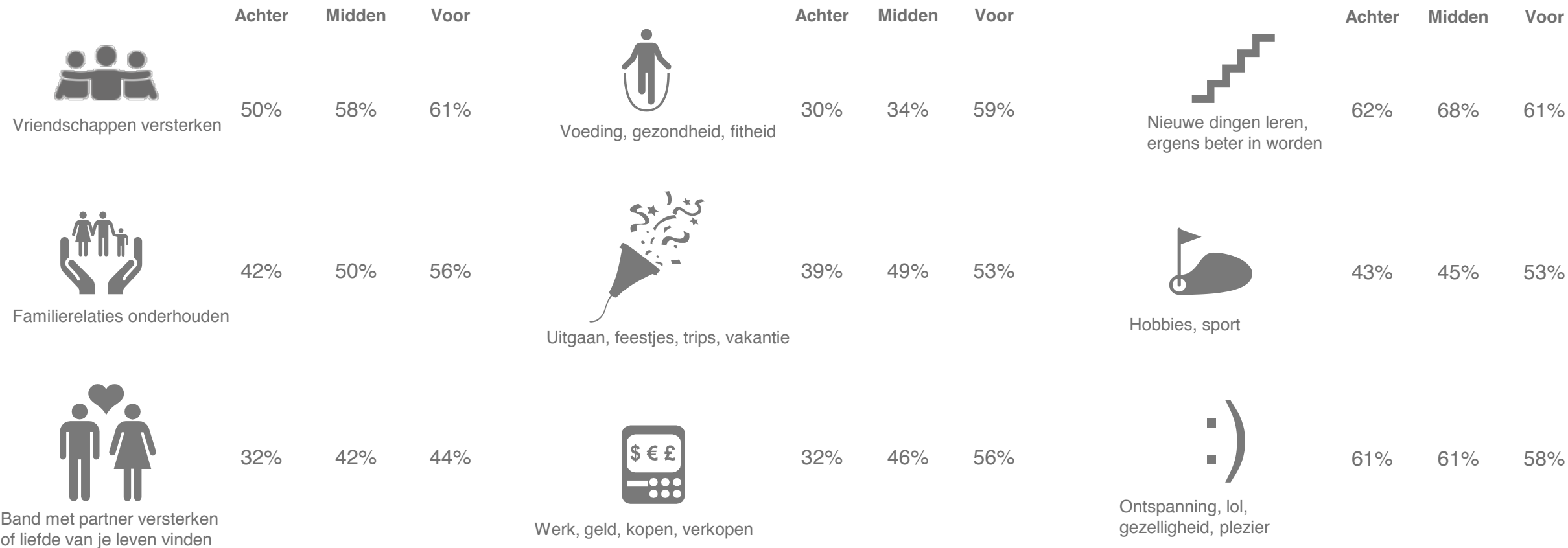


	<i>achter</i>	<i>midden</i>	<i>voor</i>
<i>Ik val doorgaans in slaap met m'n telefoon/tablet/tv</i>	17%	26%	13%
<i>Ik val doorgaans in slaap met m'n telefoon/tablet/tv in nachtmodus</i>	10%	21%	38%
<i>Ik zet een uur voor ik ga slapen bewust alle beeldschermen uit, zodat ik rustiger slaap</i>	22%	17%	17%
<i>Ik doe in mijn slaapkamer bewust andere dingen (lezen, mediteren, nadenken)</i>	18%	13%	15%
<i>Geen idee, nooit op gelet</i>	32%	23%	17%

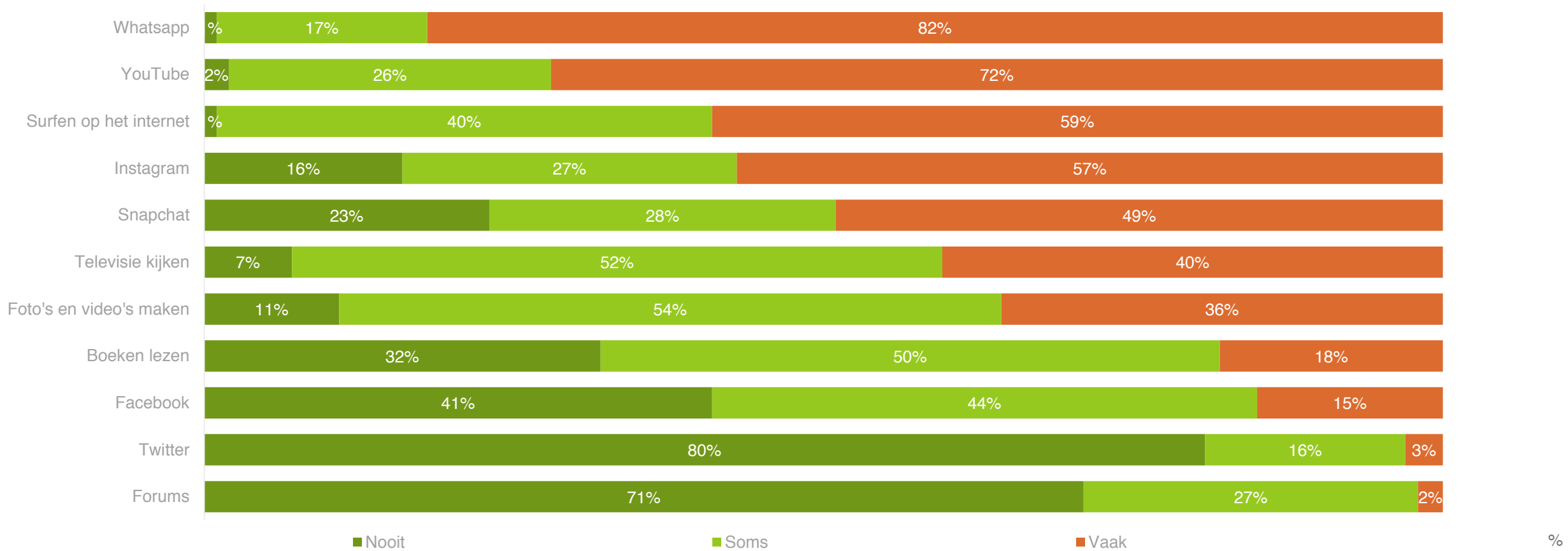
¹ Deze vraag is onderdeel van een set vragen binnen de competentie Nadenken. Zie voor een volledig overzicht de bijlage.

Jongeren gebruiken digitale media voor zowel ontspanning als om nieuwe dingen te leren

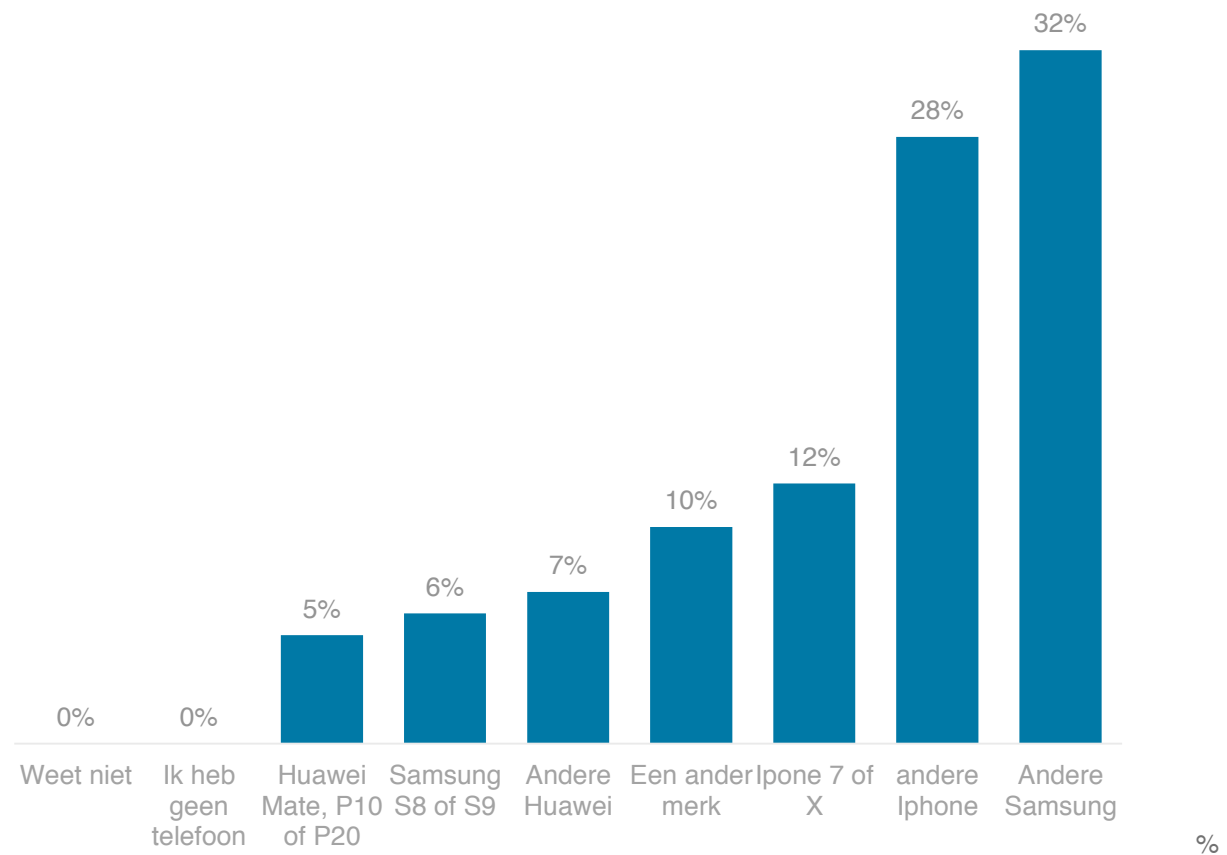
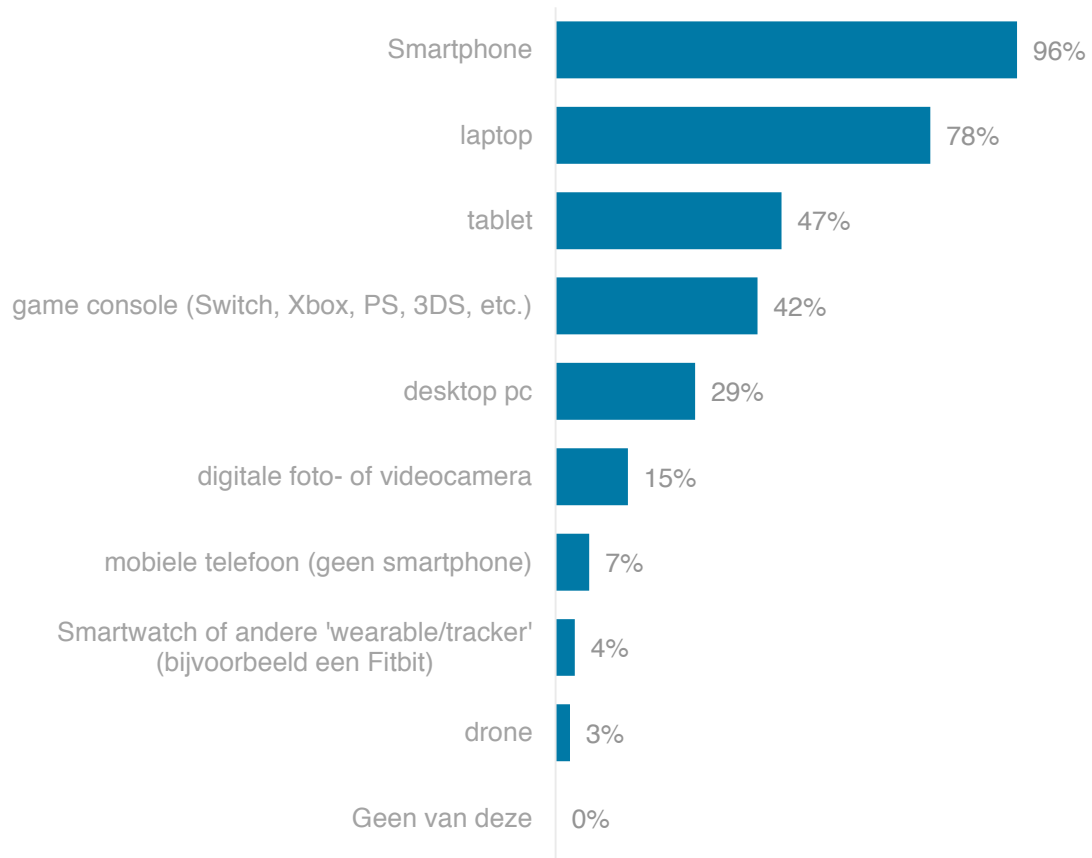
Het bereiken van doelen met behulp van digitale media is voor jongeren, samen met nadenken over het eigen mediagebruik, de sterkste competentie. De scores liggen relatief hoog en de groepen die we onderscheiden, verschillen niet sterk van elkaar op dit gebied. Hieronder zijn de percentages opgenomen van het antwoord 'ik gebruik hier wel eens digitale media voor' van de drie groepen.

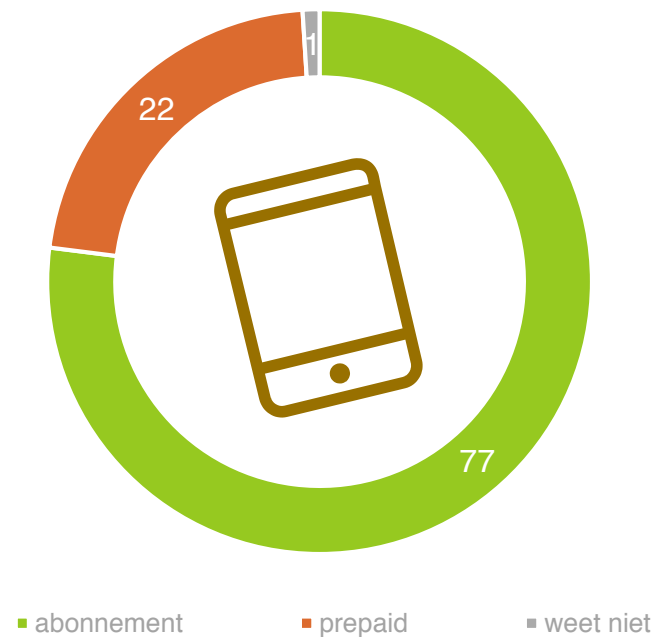
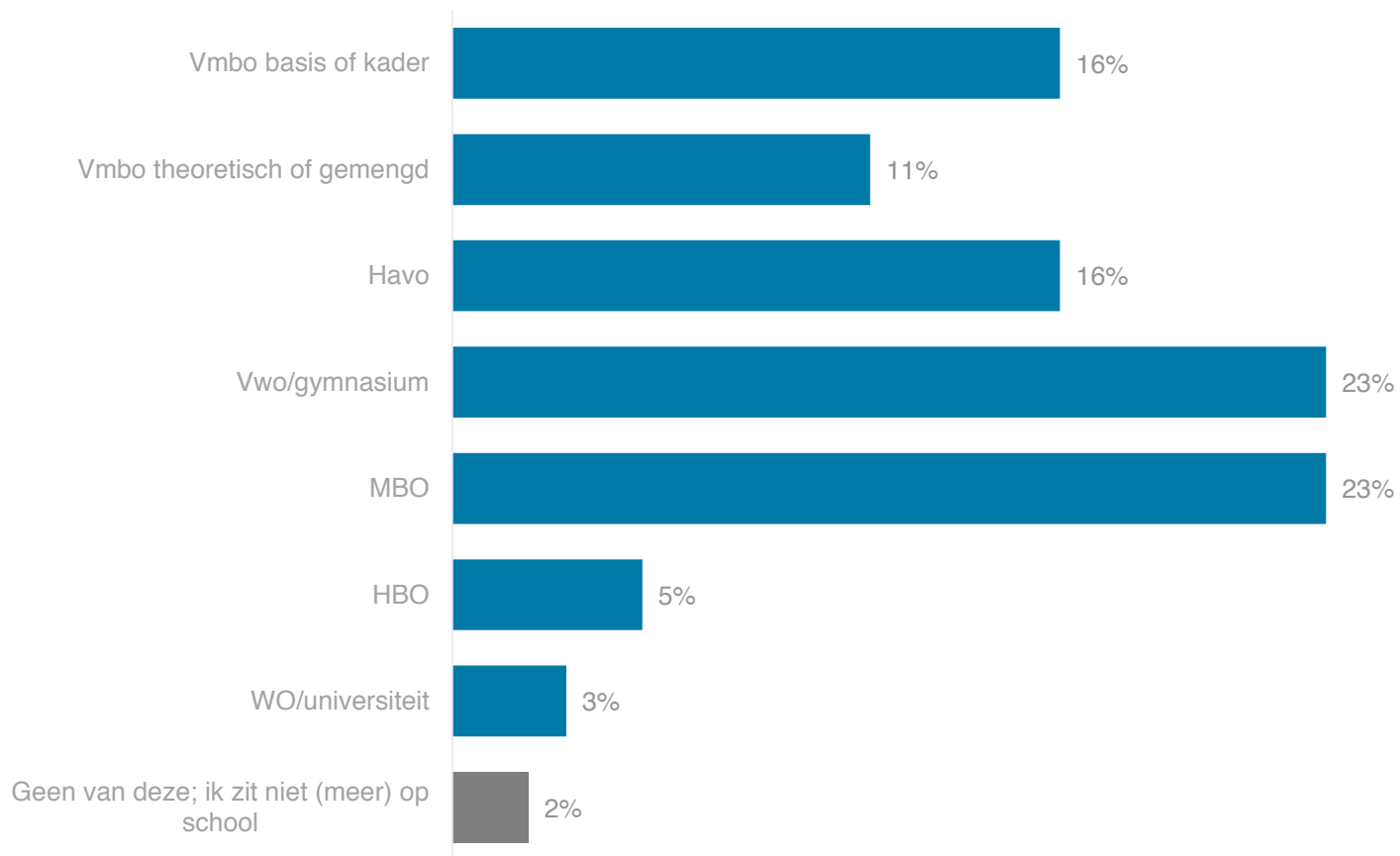


De resultaten per vraag per competentie



Q3: Hoe vaak ben je actief met de volgende dingen (n=1.059)



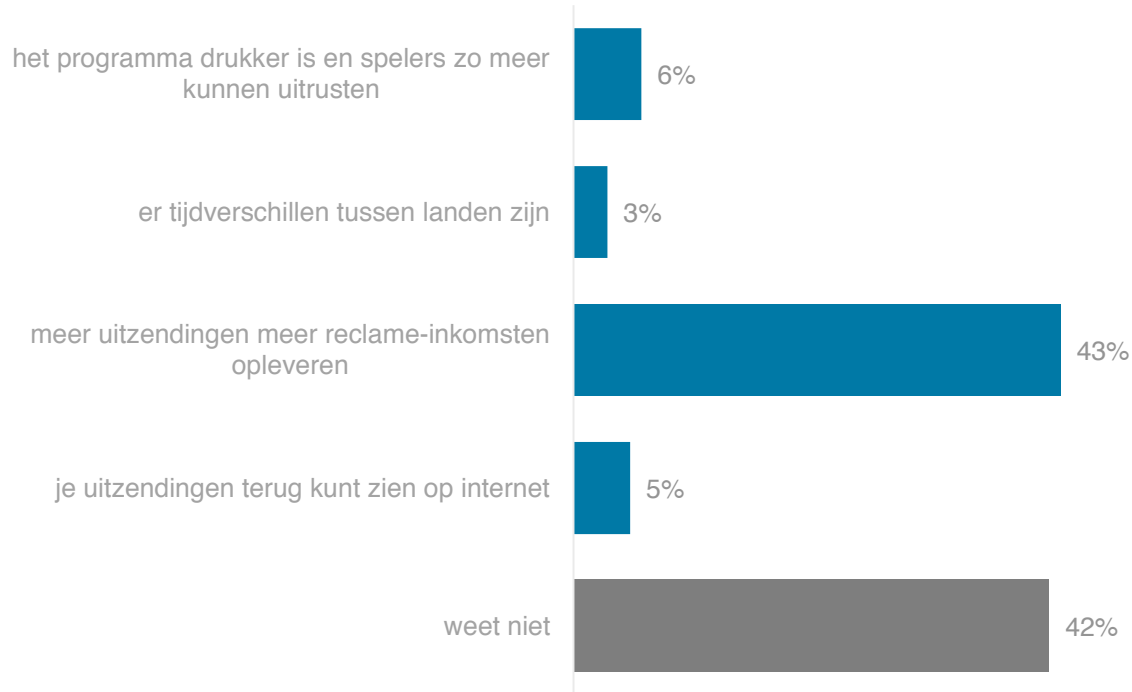


Wat voor opleiding volg je momenteel? (n=1.059)

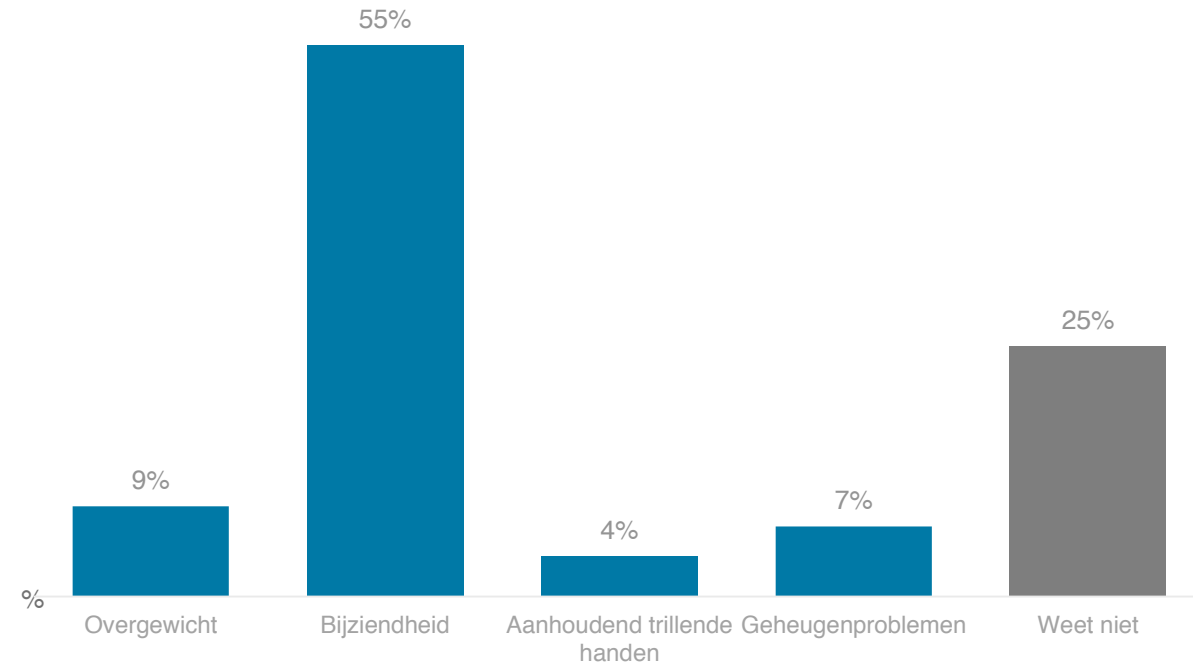
Wat voor telefoonabonnement heb jij? (n=1.059)

B1 Bevat

Europese voetbalwedstrijden vonden vroeger altijd plaats op woensdagavond. Tegenwoordig zijn er dinsdag-, woensdag- en donderdagavond Europese voetbalwedstrijden. Dit komt doordat:

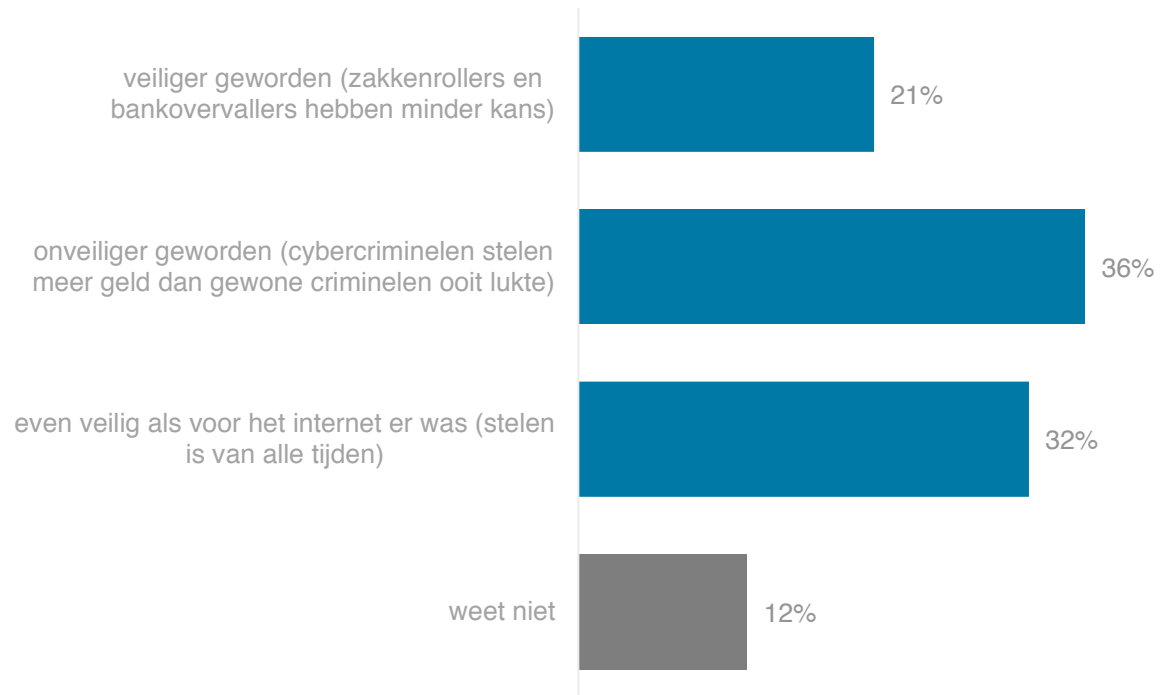


Als je iedere dag een aantal uren per dag bezig bent met je smartphone heb je grote kans last te krijgen van:

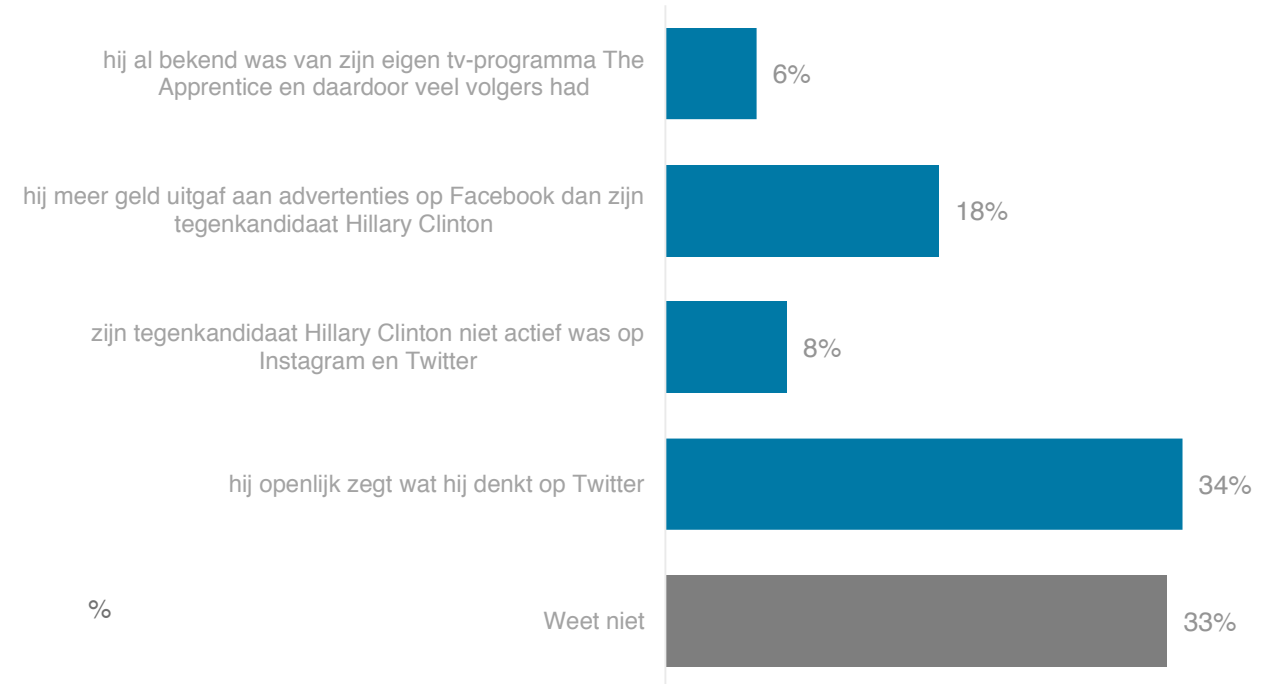


(n=1.059)

Door internet is het betaalverkeer:

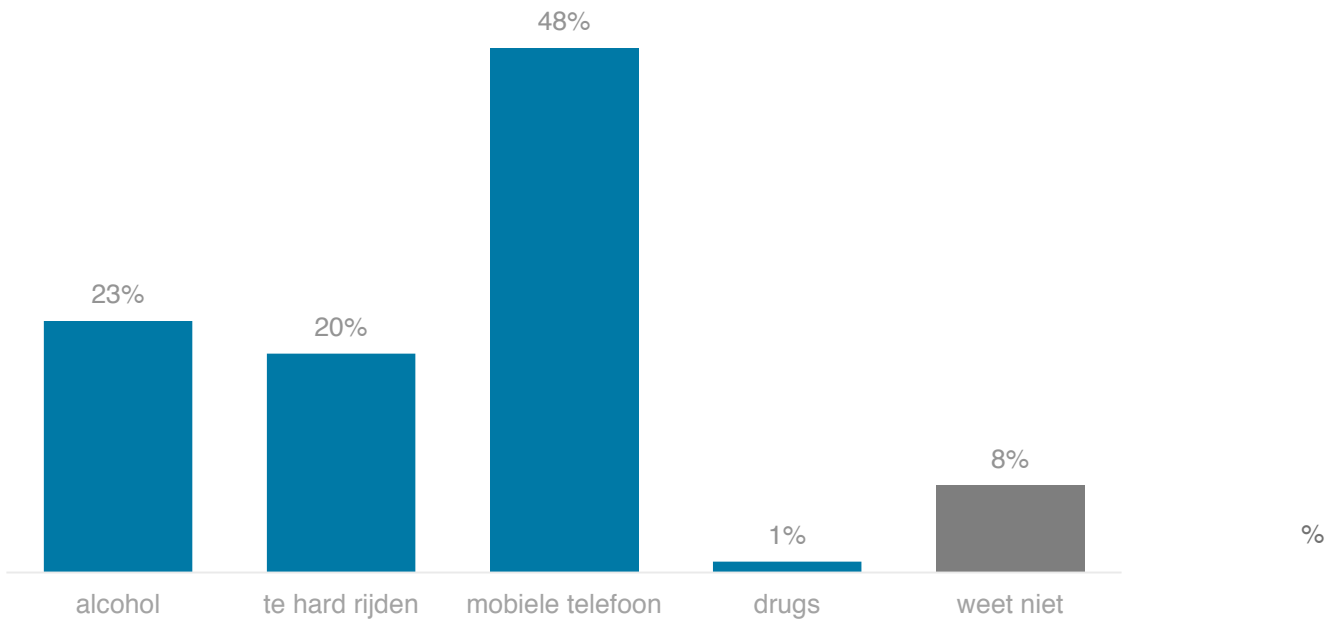


President Trump dankte zijn verkiezing mede aan sociale media. Dit kwam doordat:



(n=1.059)

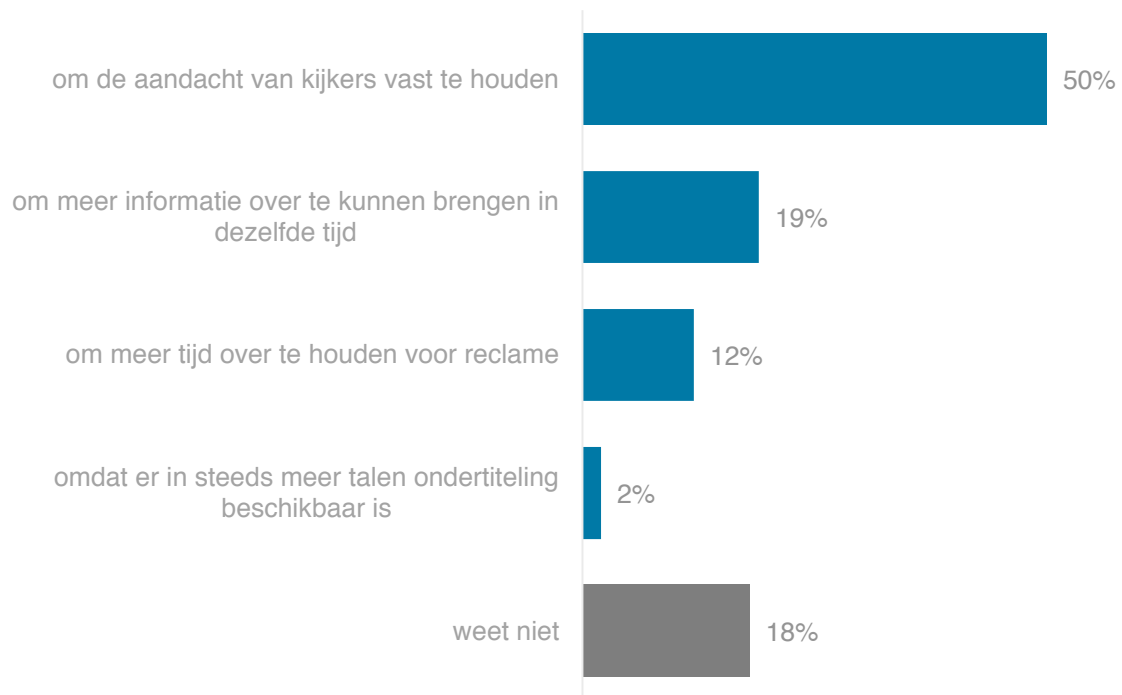
De meeste verkeersongevallen komen door:



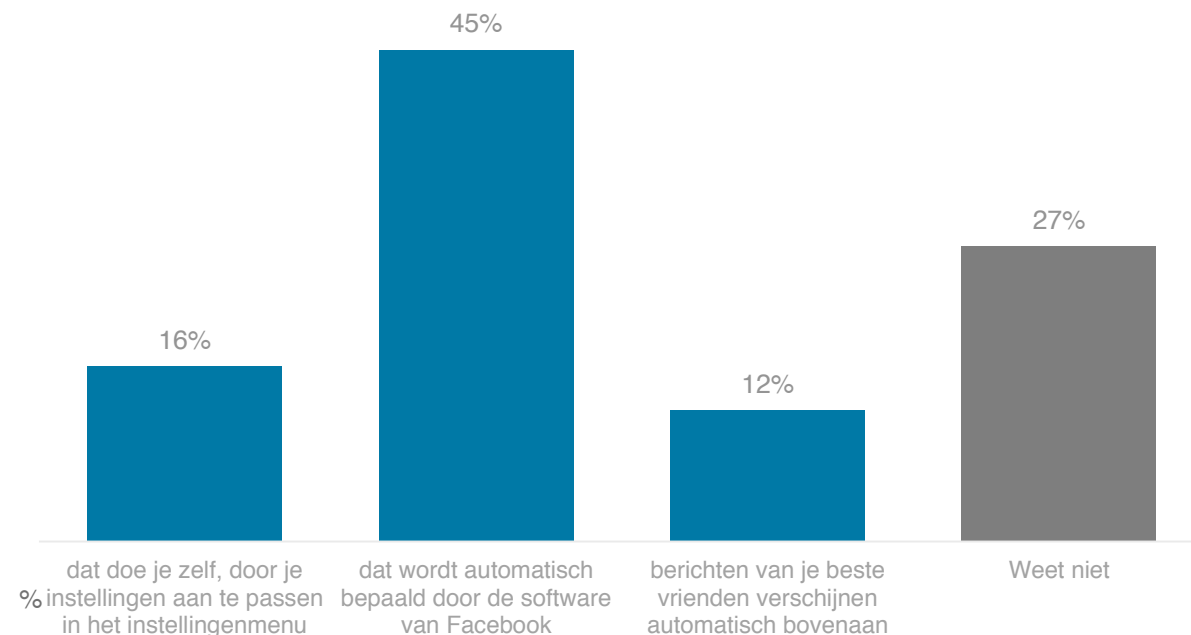
(n=1.059)

B2 Doorziet

Films, tv-programma's en YouTube-video's worden steeds sneller gemonteerd. Dit gebeurt:

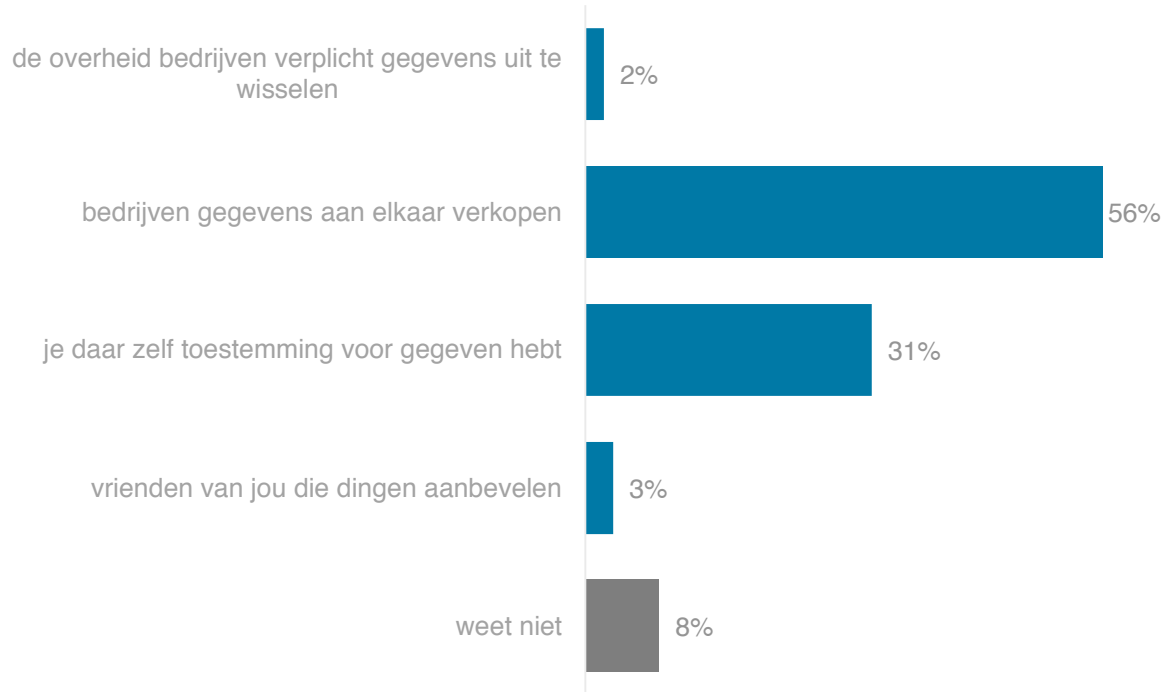


In het nieuwsoverzicht van Facebook krijg je te zien wat je vrienden gepost hebben. Hoe wordt bepaald welke berichten bovenaan staan?



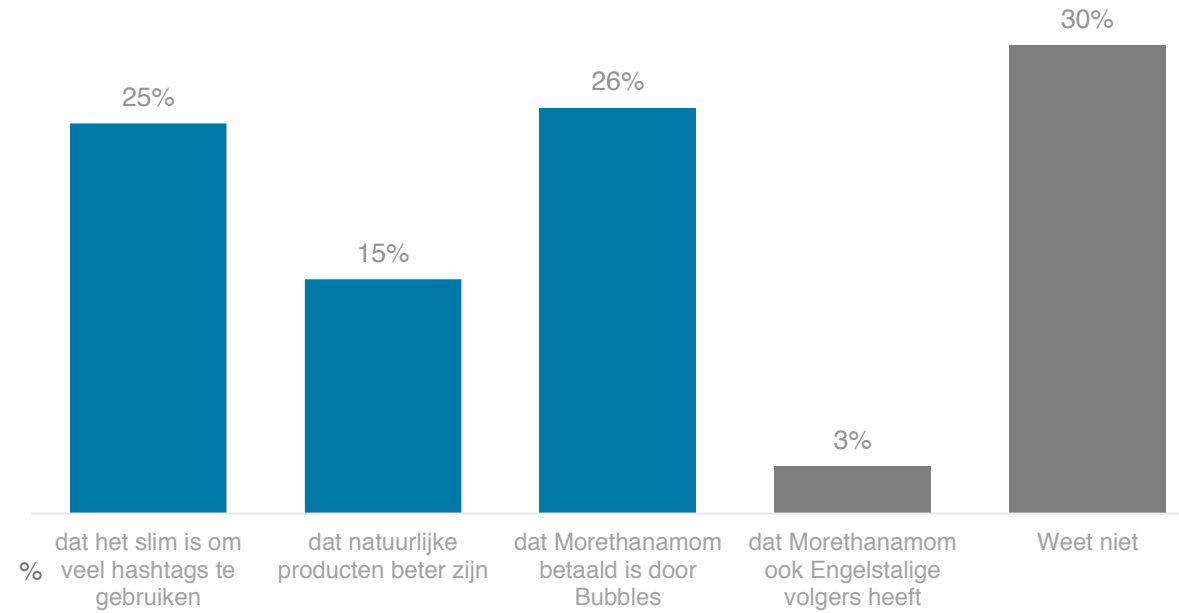
(n=1.059)

Als je op internet gaat, zie je veel reclames voorbij komen. Veel daarvan gaan over dingen waar jij interesse in hebt. Dit komt doordat:



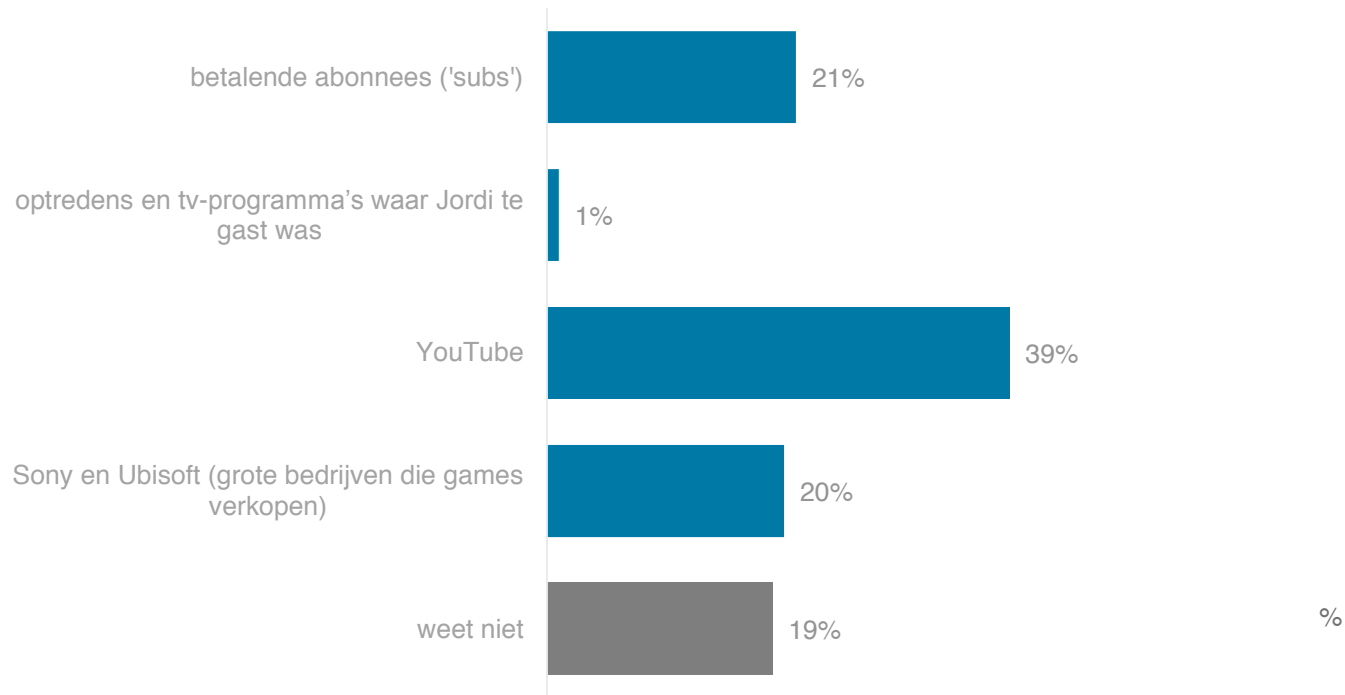
Deze hashtags bij een Instagram-bericht van Morethanamom betekenen:

#bubblesbodycare
 #natuurlijkecosmetica #duurzaam
 #natuurlijk #spon #doucheegel #bath



(n=1.059)

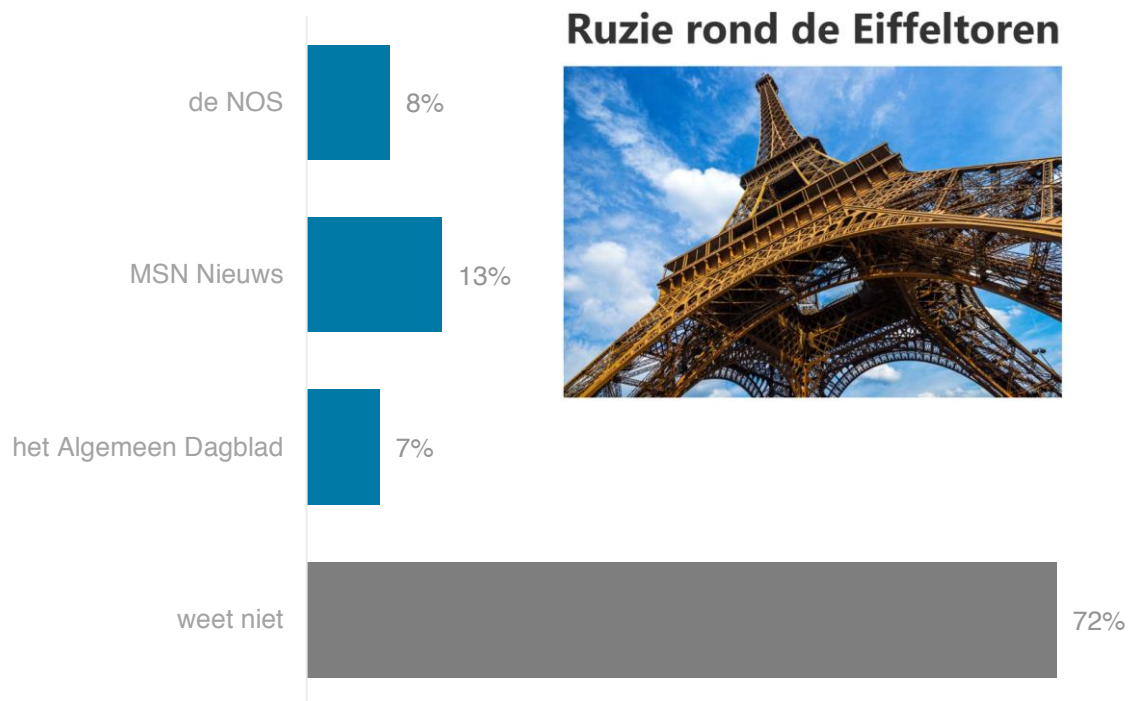
De meest bekeken Nederlandse YouTuber is gamer Jordi van den Bussche. Hij verdiende afgelopen jaar ruim een miljoen euro. Dit geld kreeg hij van:



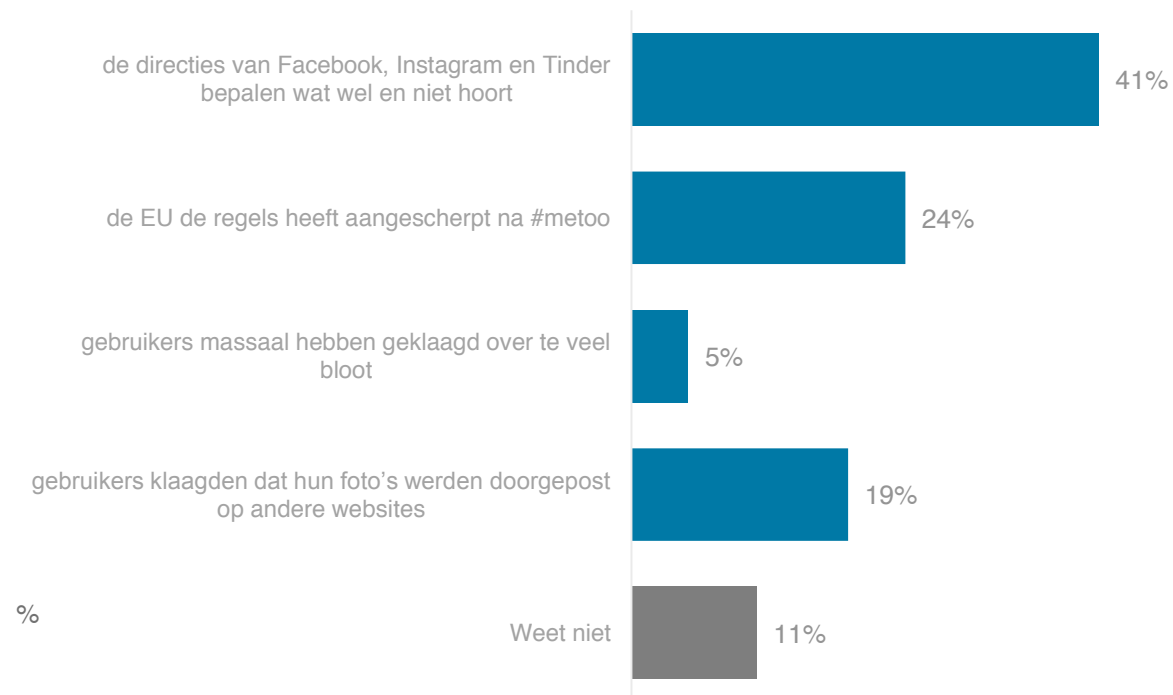
(n=1.059)

B3 Herkent

Deze kop van een nieuwsbericht komt van de website van:

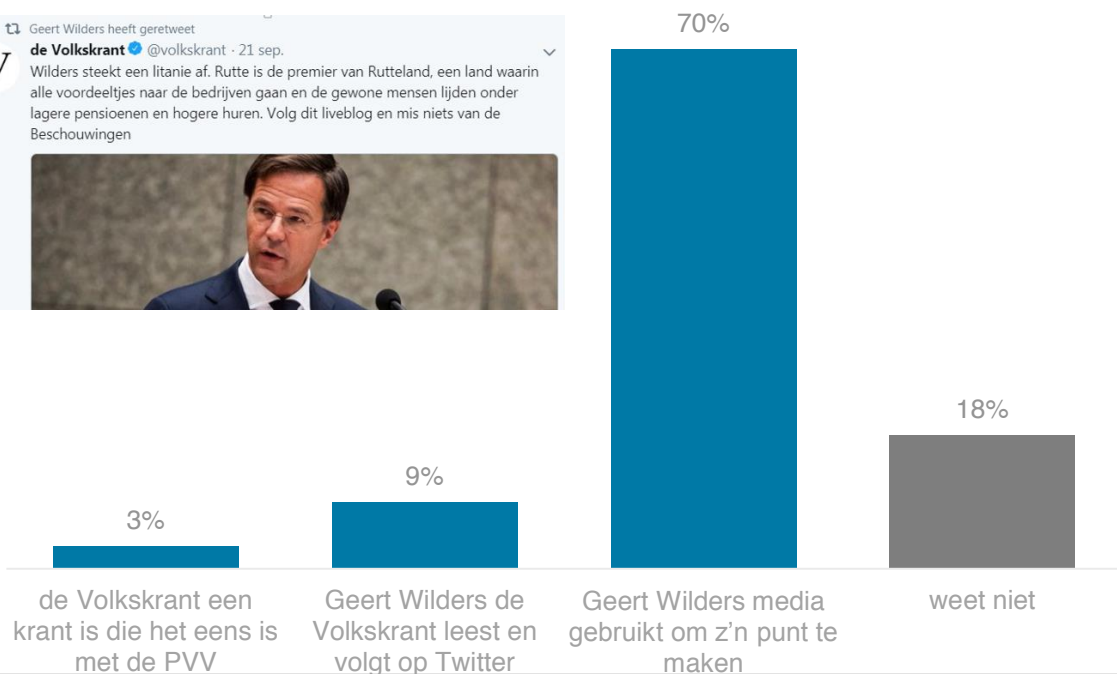


Op veel sociale netwerken (waaronder Facebook, Instagram en Tinder) mag je geen naaktfoto's posten. Dit is omdat:



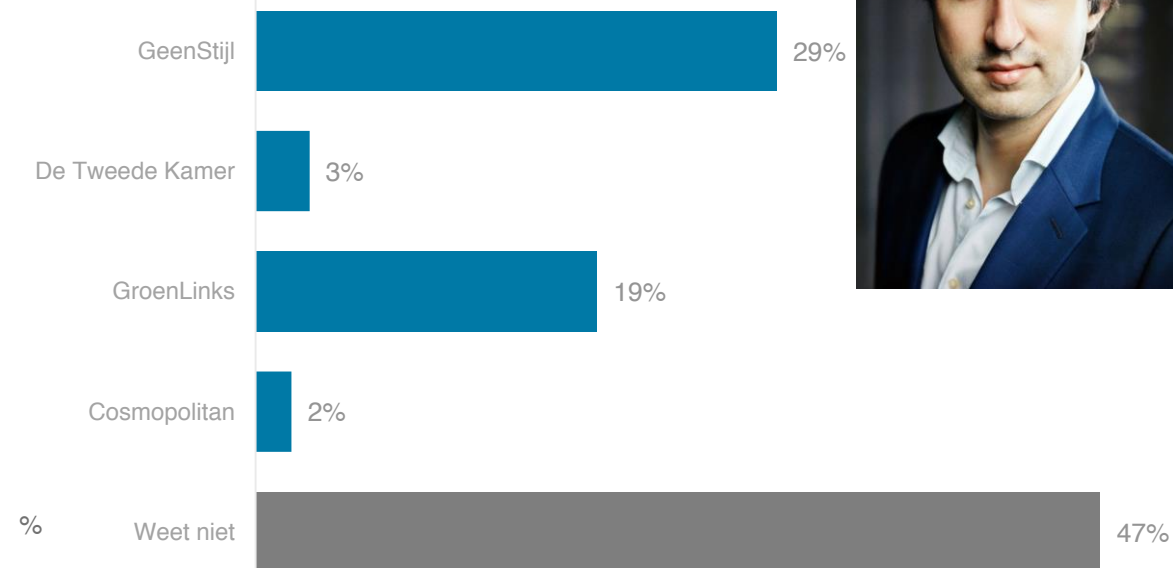
(n=1.059)

Deze tweet van Geert Wilders geeft aan dat:



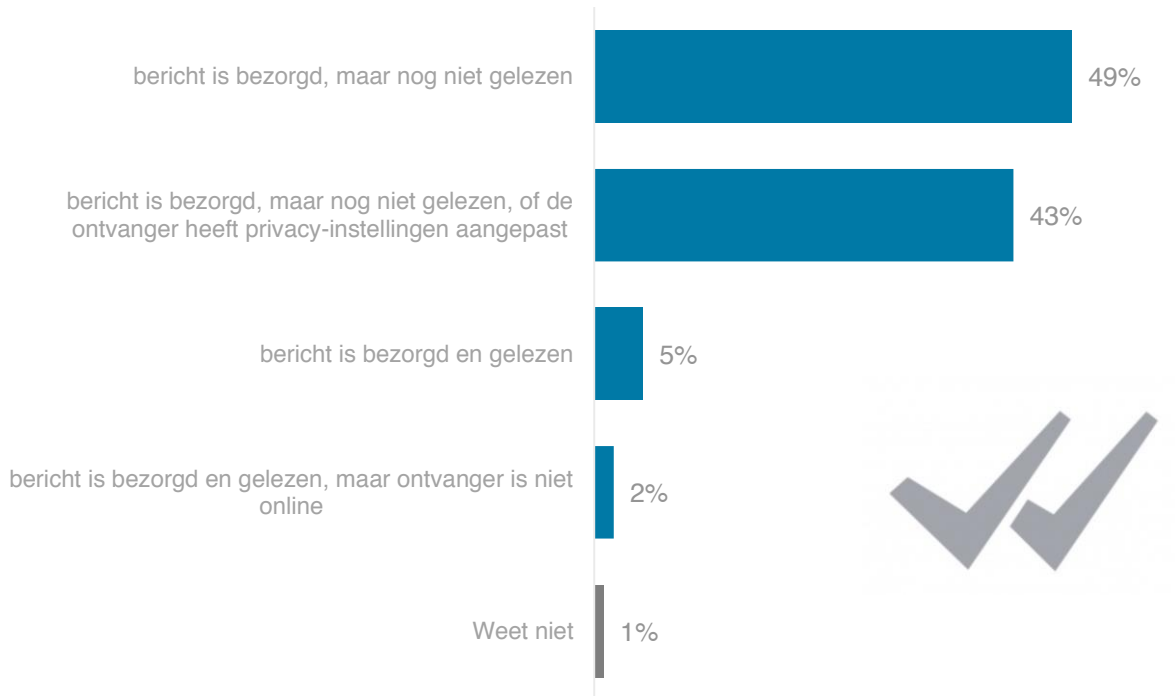
(n=1.059)

Deze foto van Jesse Klaver komt van de website van:

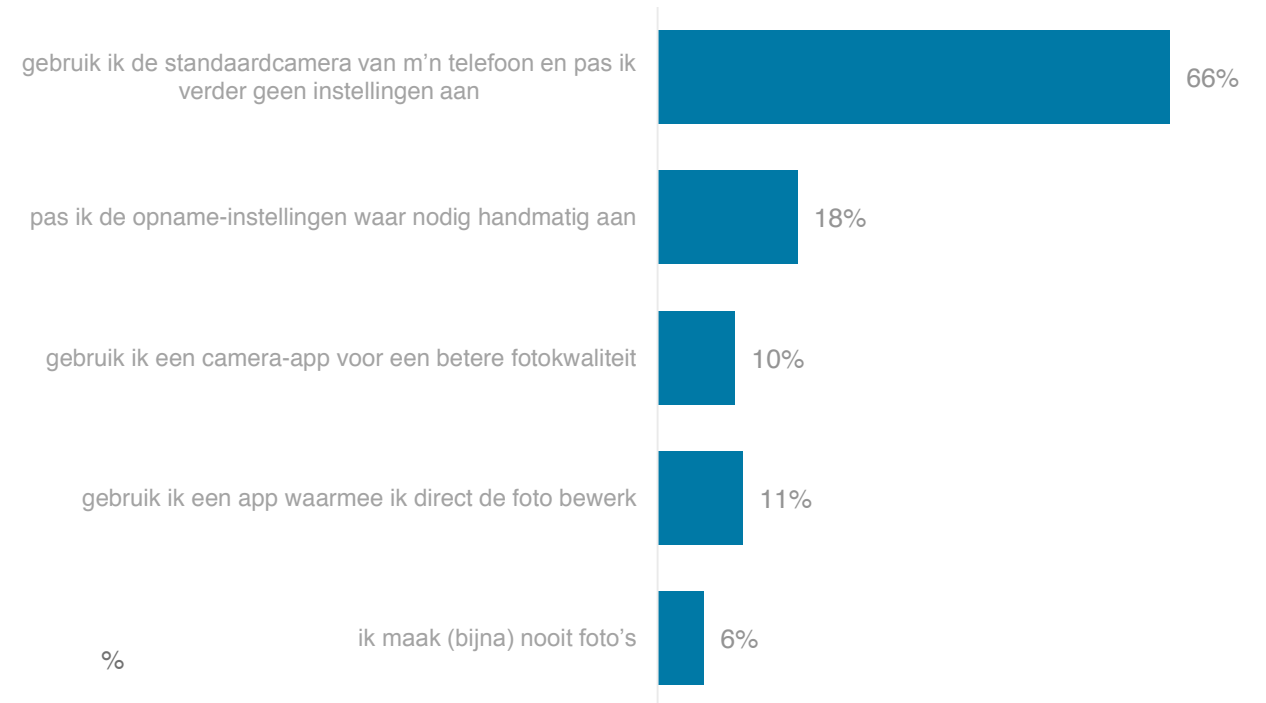


G1 Benut

Als je het symbool met twee grijze vinkjes ziet in een WhatsApp-gesprek, betekent dat:

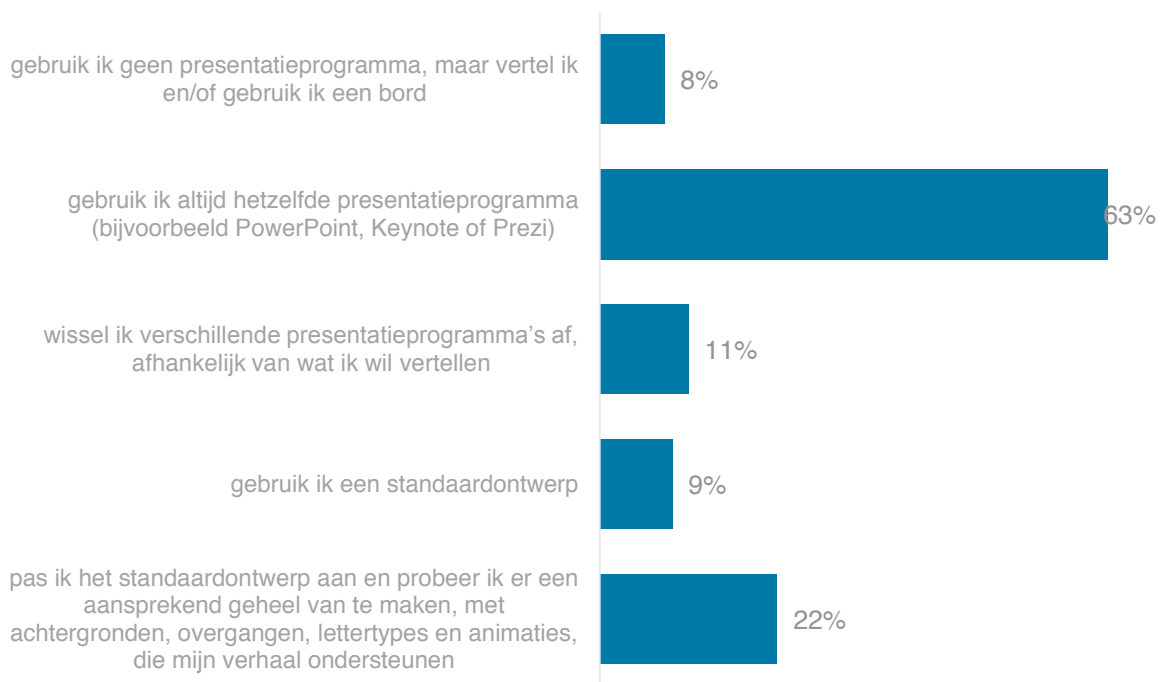


Als ik een foto maak met m'n mobiele telefoon:

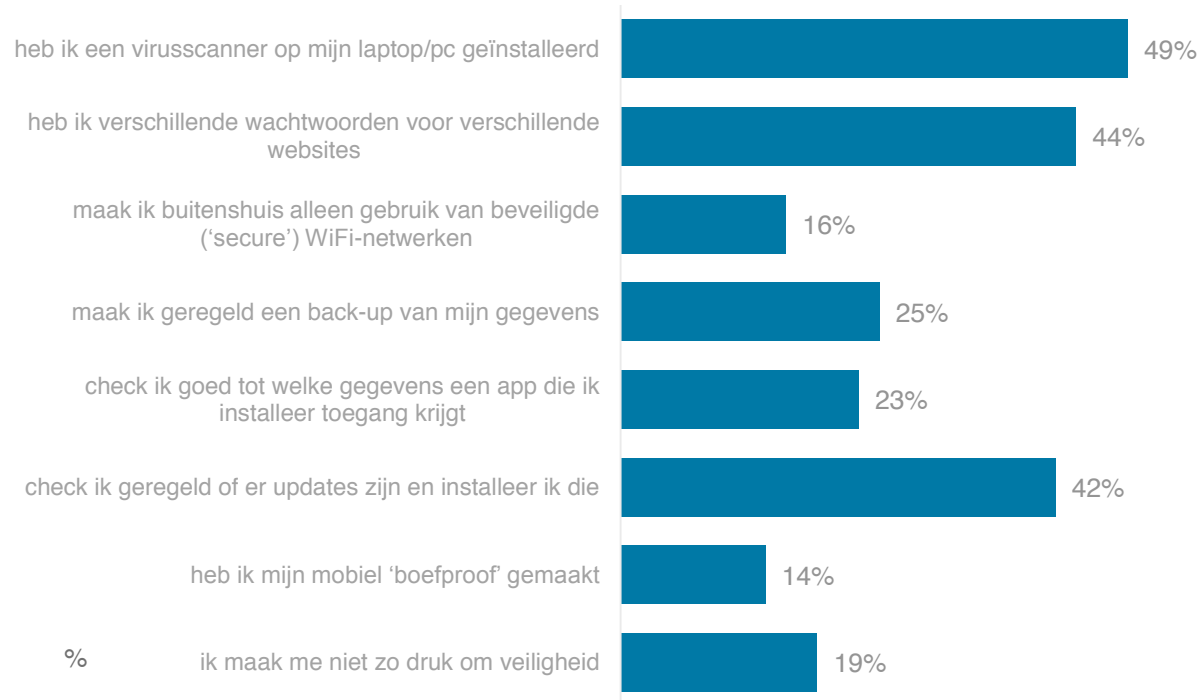


(n=1.059)

Bij het geven van presentaties:



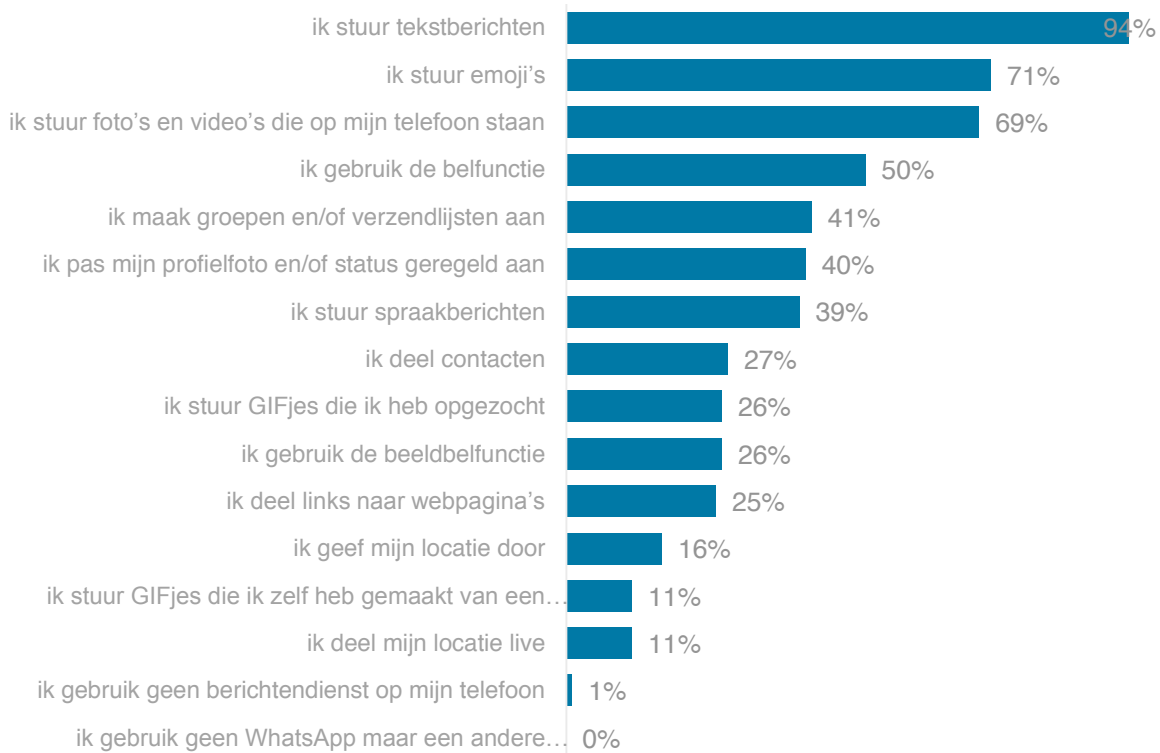
Voor mijn eigen internetveiligheid:



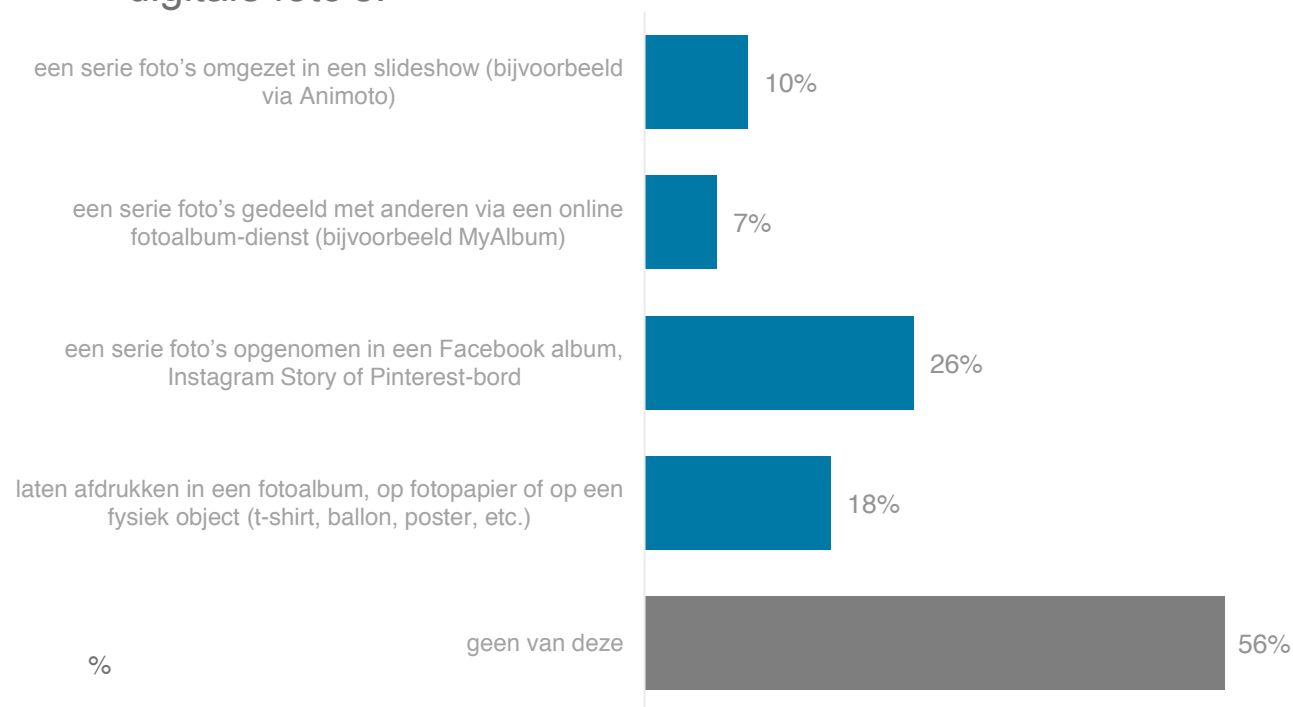
(n=1.059)

G2 Koppelt

Wat doe jij met WhatsApp?

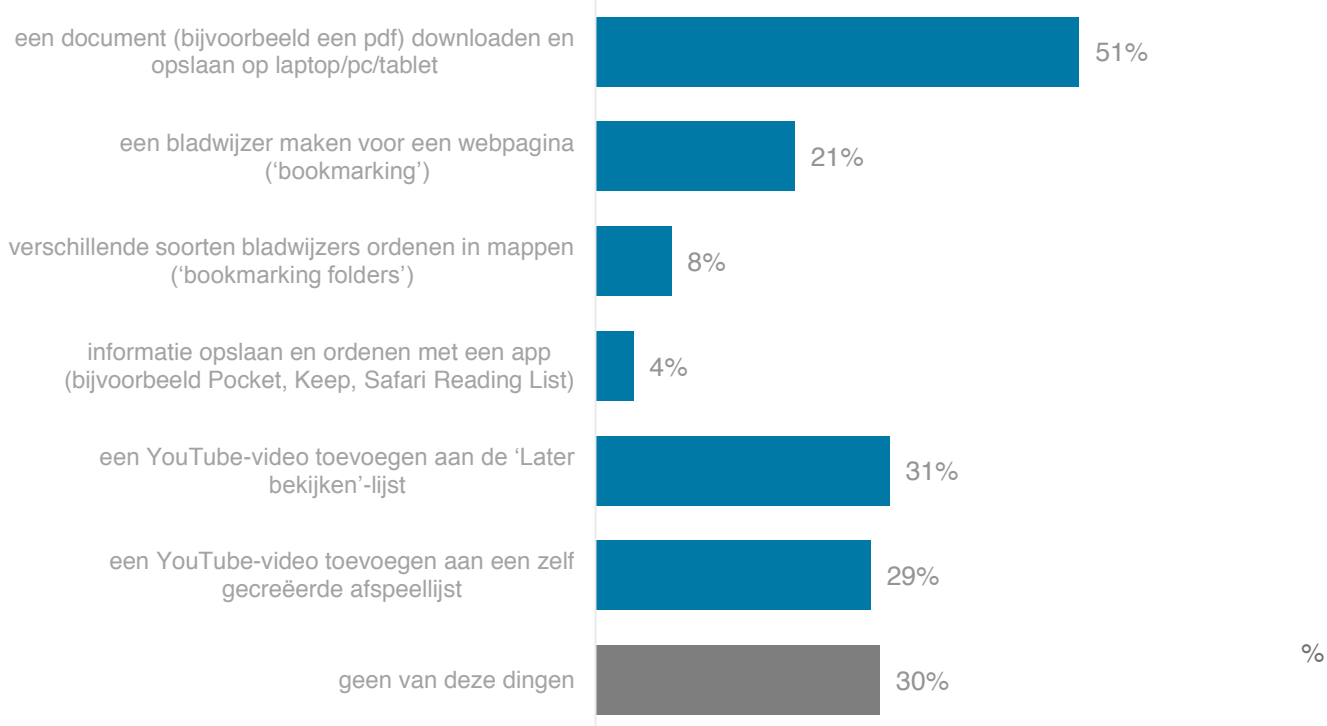


Ik heb de volgende activiteiten wel eens uitgevoerd met digitale foto's:



(n=1.059)

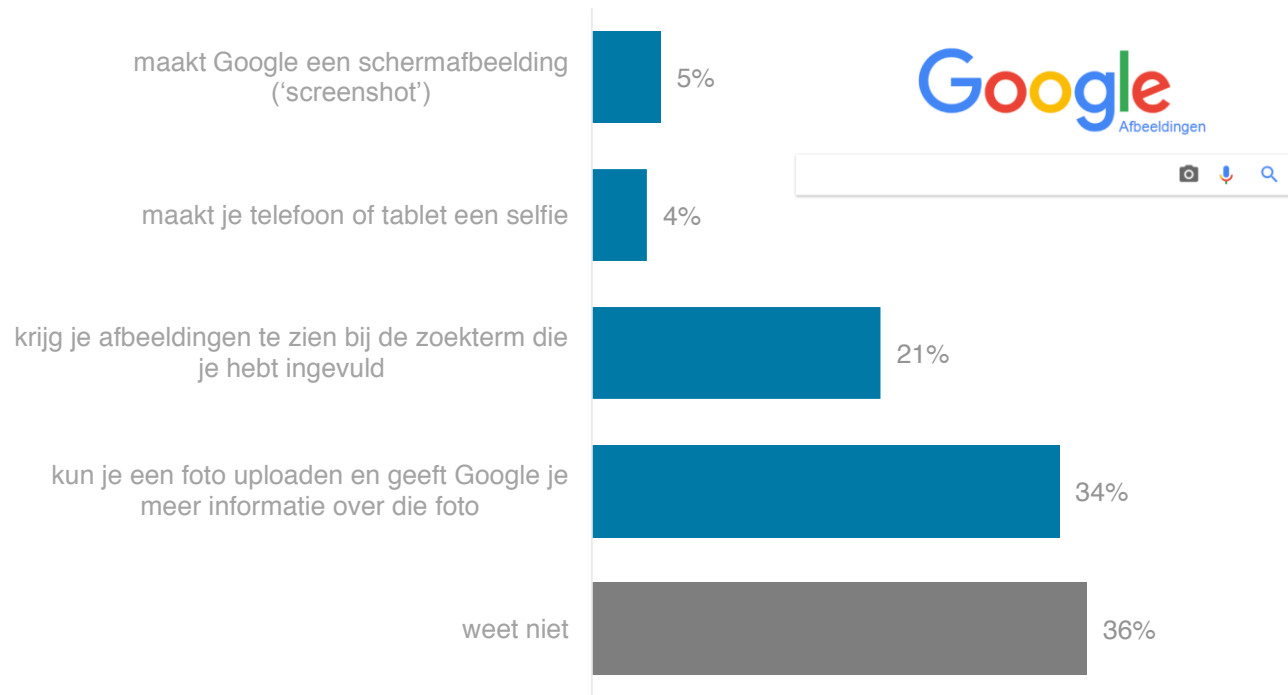
Ik doe de volgende activiteiten wel eens met informatie die ik vind op het internet:



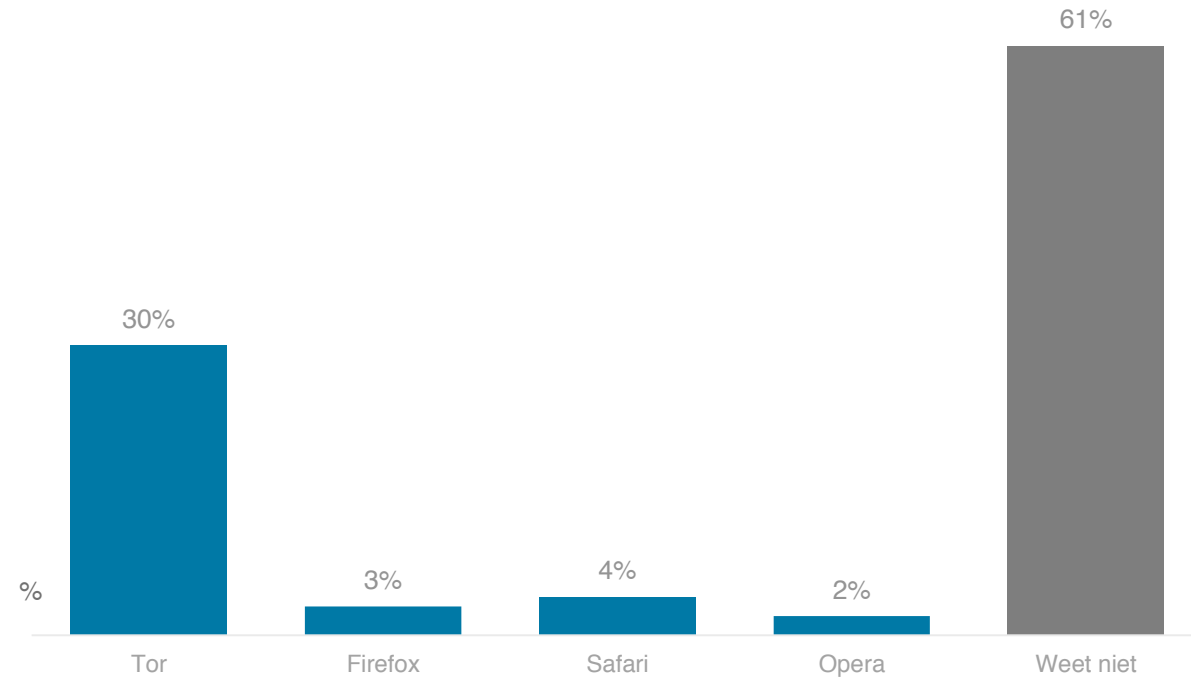
(n=1.059)

C1 Vindt

Als je op het fotocamerasymbool in de afbeelding klikt:

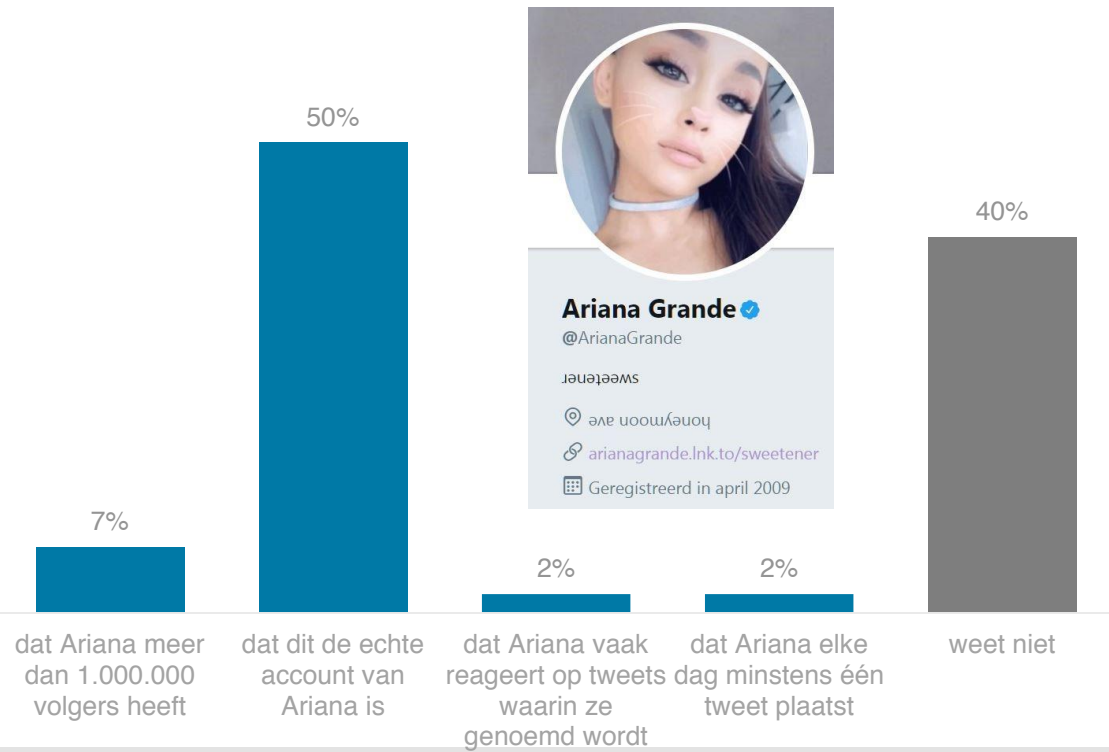


De browser waarmee je kunt zoeken op het 'deep web' (ook wel 'dark web' genoemd) is:

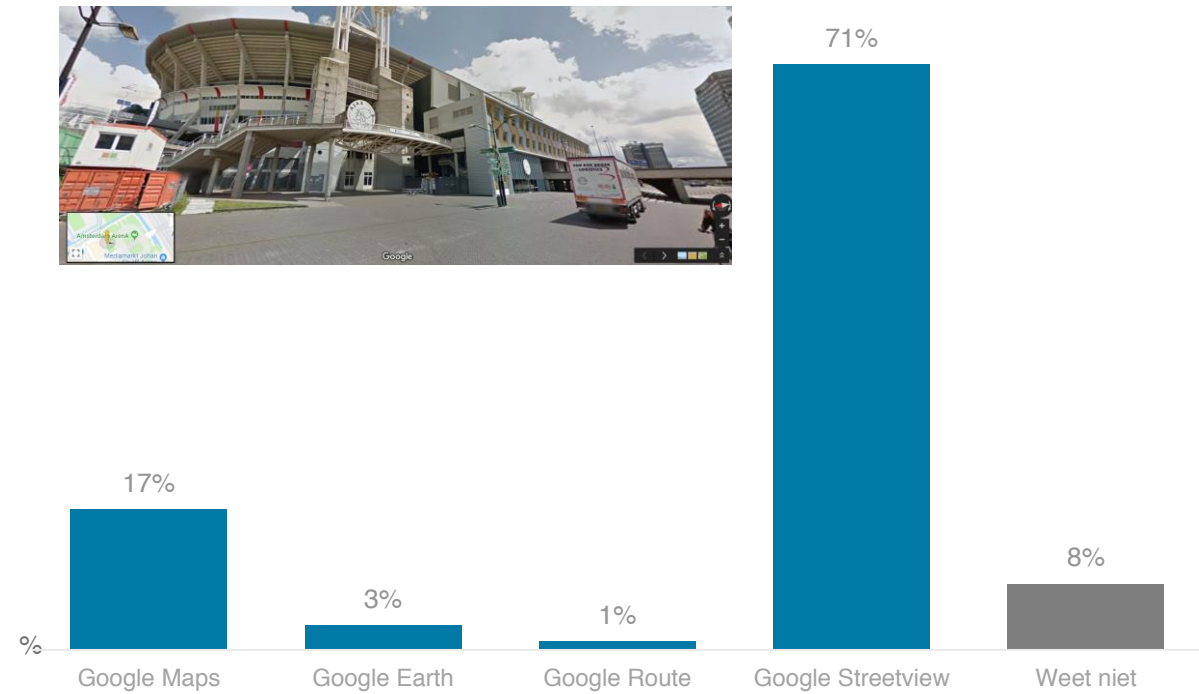


(n=1.059)

Als je op het fotocamerasymbool in de afbeelding klikt:

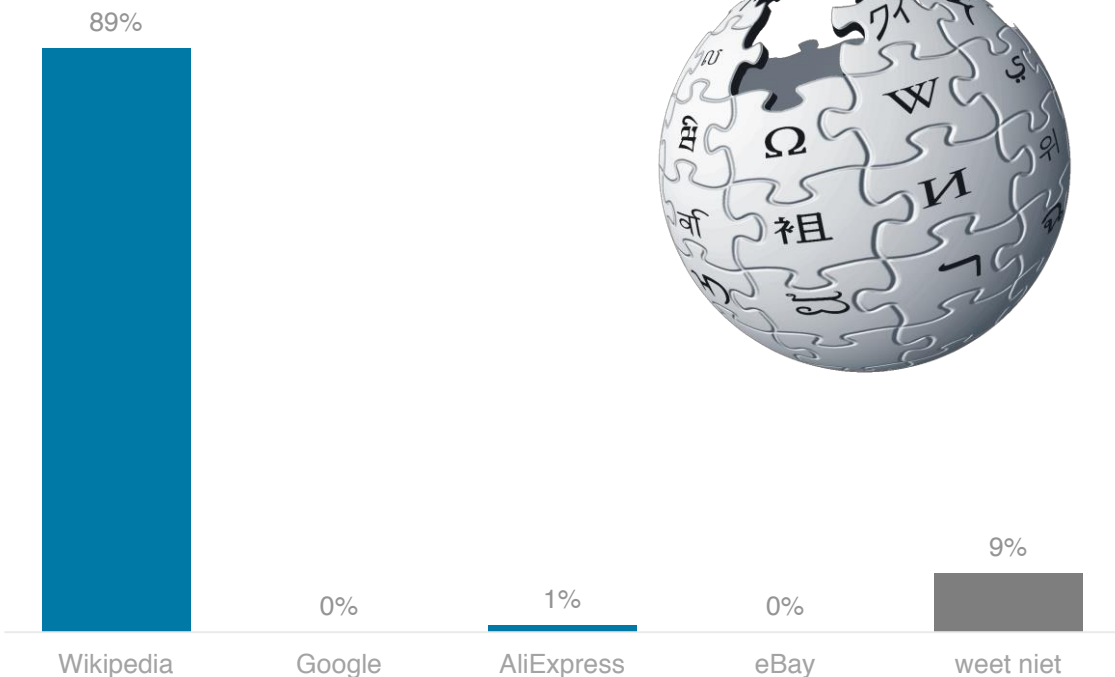


Deze afbeelding komt van:

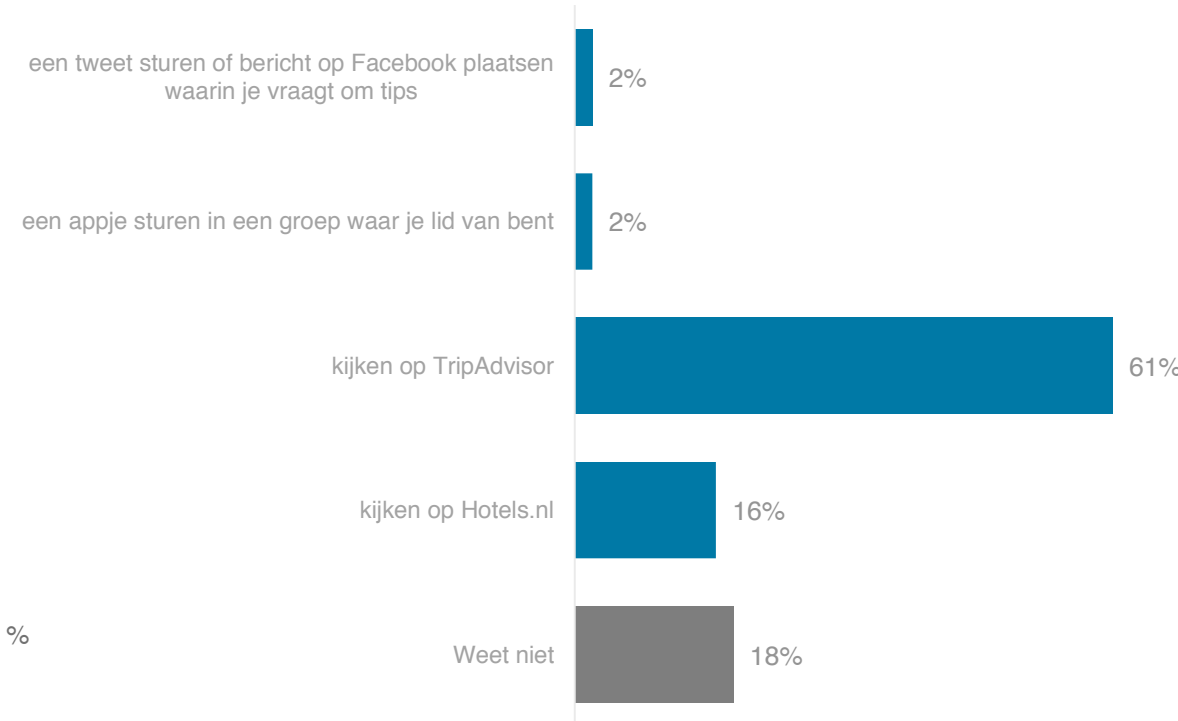


(n=1.059)

Dit symbool hoort bij:



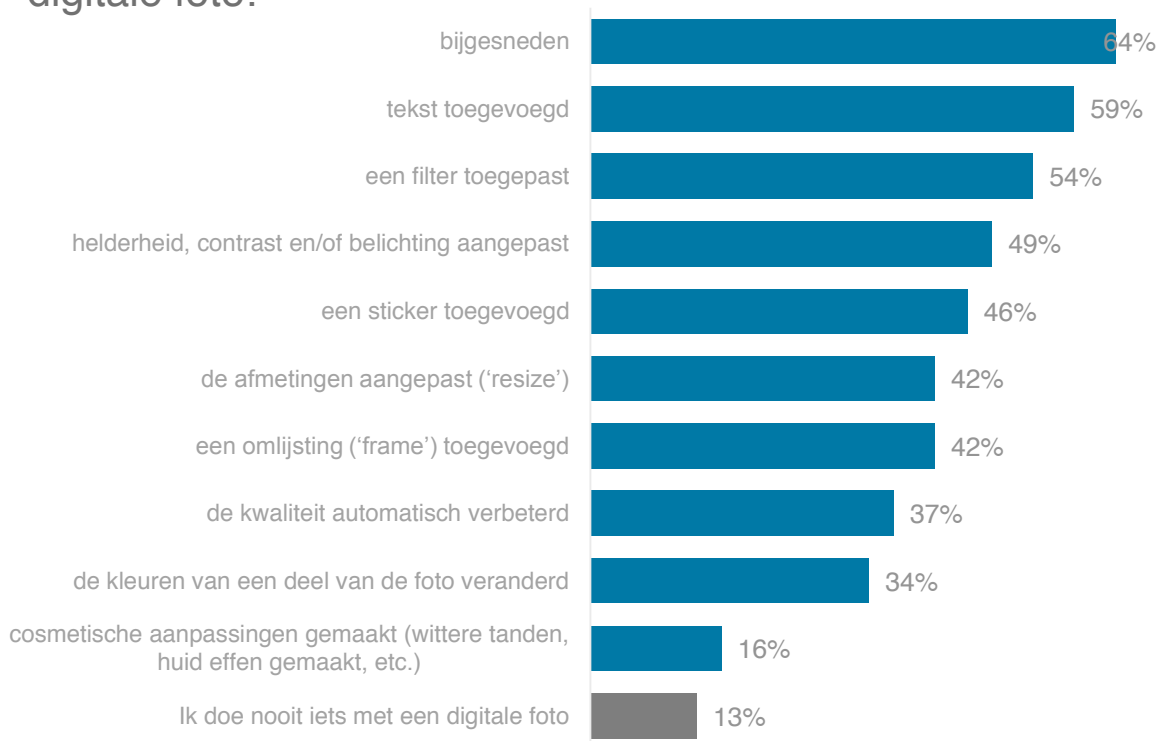
Je gaat een weekendje naar Praag. Je zoekt nog een leuk hotel en leuke dingen om te doen. Voor de meest volledige info kun je het beste:



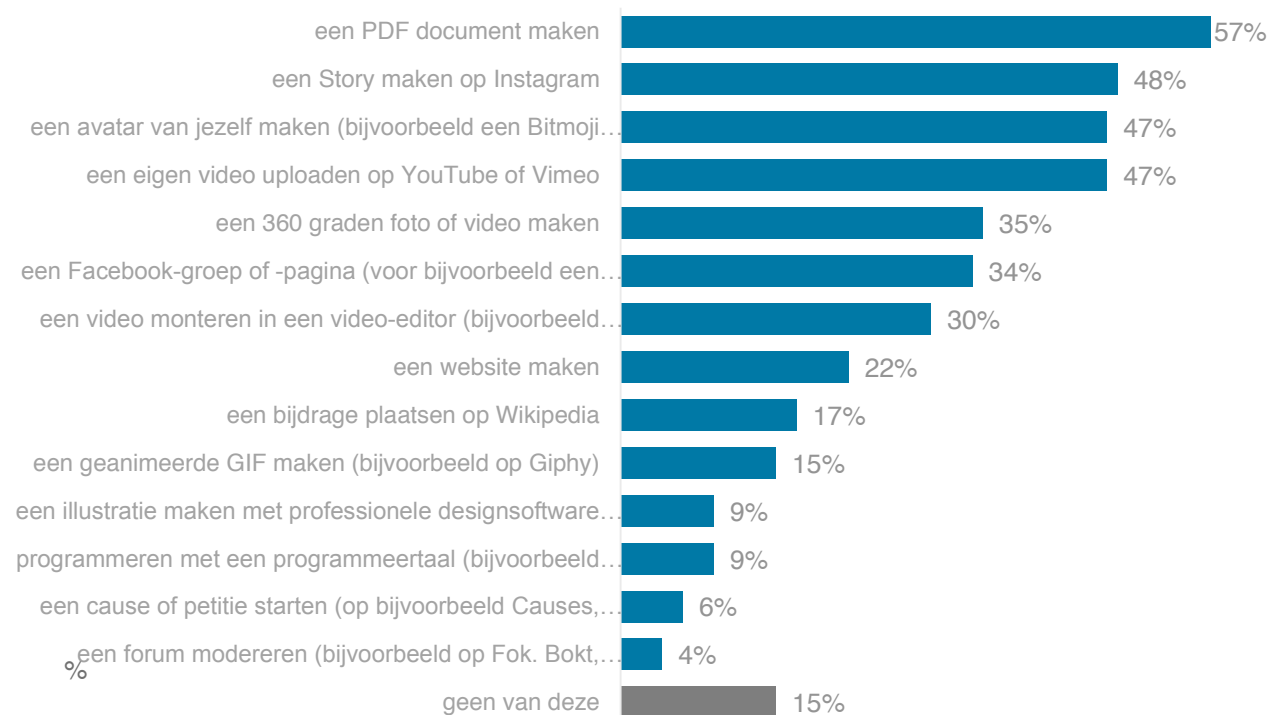
(n=1.059)

C2 Voegt toe

Ik heb de volgende activiteiten wel eens uitgevoerd met een digitale foto:



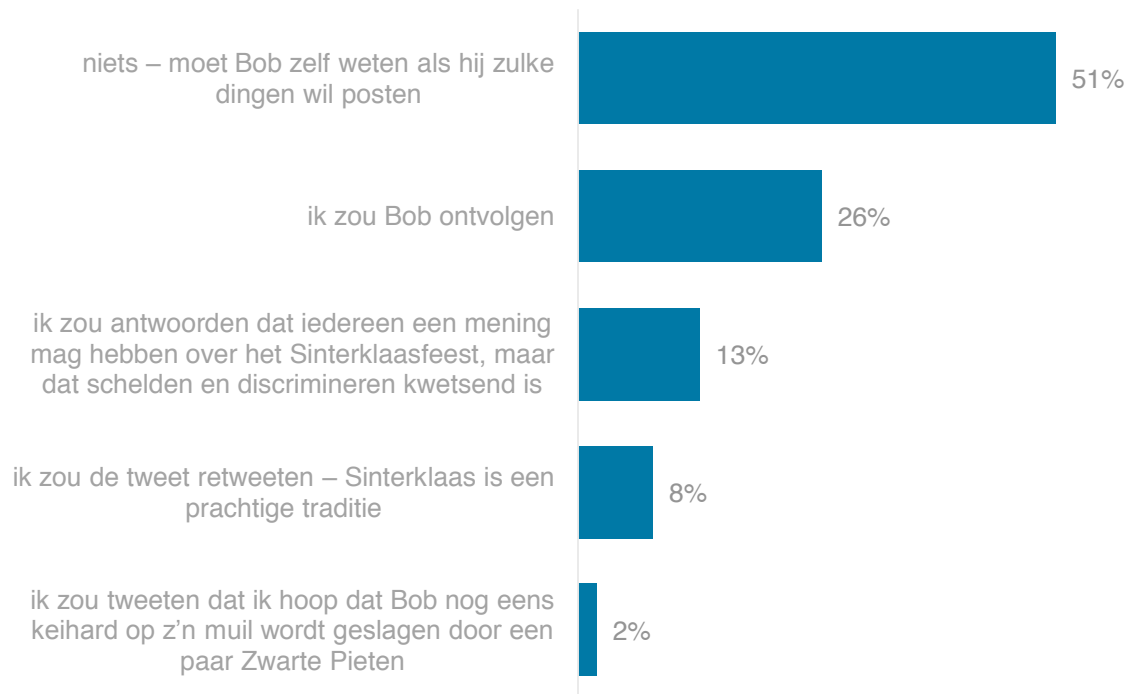
Ik kan de volgende zaken:



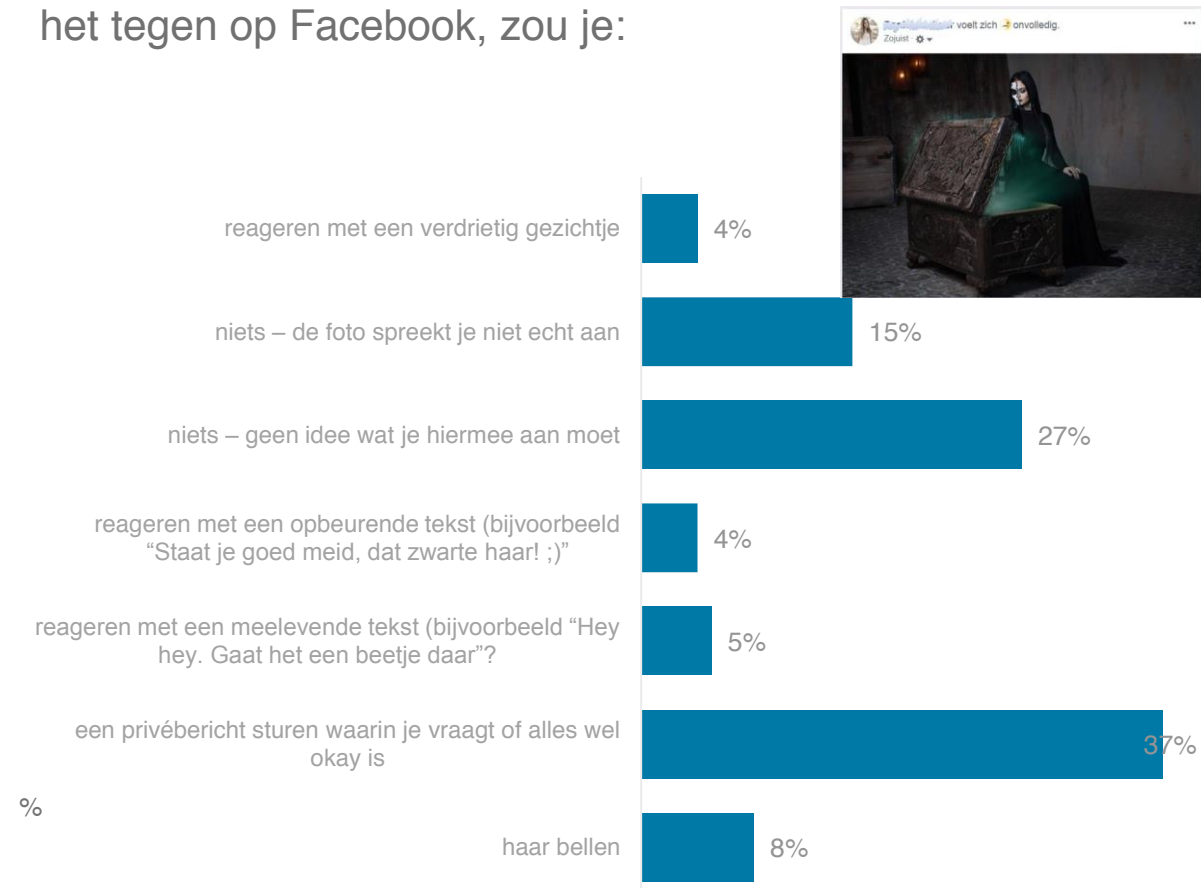
(n=1.059)

C3 interacteert

Stel: Ene 'Bob' scheldt en tiert op Twitter over Zwarte Piet, hij maakt daarbij gebruik van zeer groffe en racistische taal'. Wat zou je dan doen?



Als dit bericht van een vriendin van je was, en je kwam het tegen op Facebook, zou je:



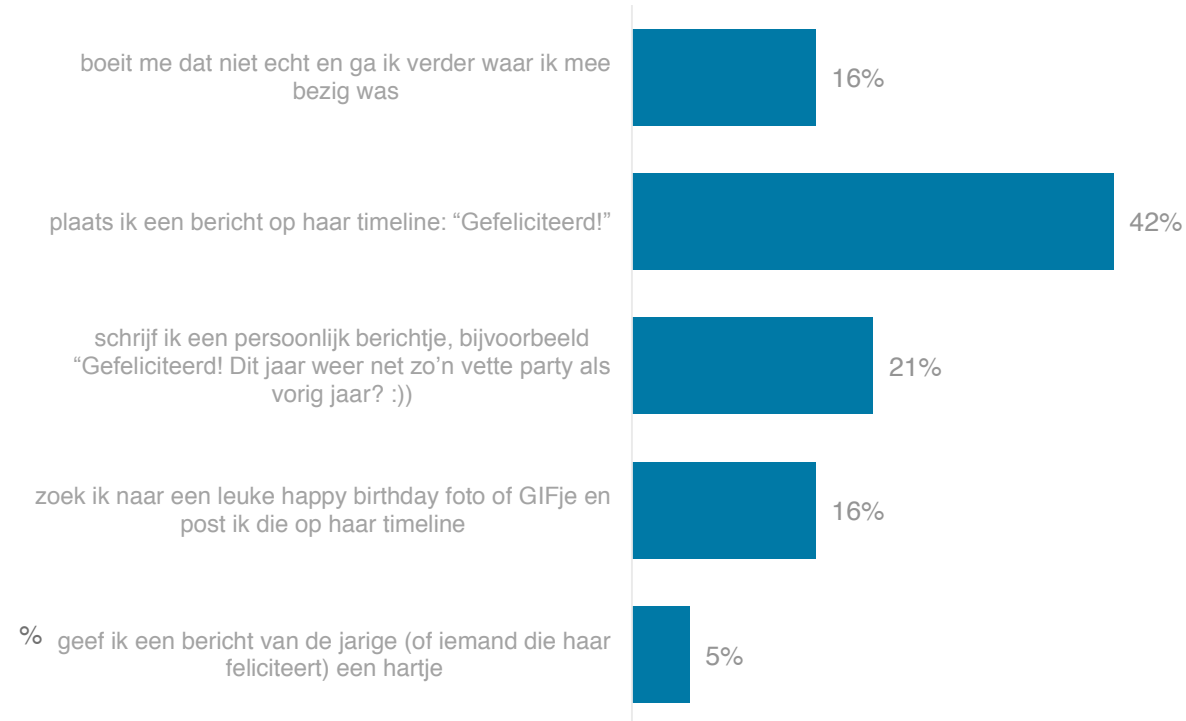
(n=1.059)

Stel, je weet veel van paarden, en stel dat jij vindt dat de manen van een paard nooit afgeknipt mogen worden. Hoe zou je reageren op onderstaand bericht op paardenforum Bokt?

Beste bokkers,
 Omdat de manen van mijn pony er niet bepaald uit zien, wil ik ze tot op de kam afscheren en er een coupe du fjord er van maken. Mijn vraag, is het diervriendelijk om zijn manen zo maar weg te scheren? Ik weet dat meerdere dat doen, maar een deel van zijn manen die hij altijd heeft gekend zijn dan weg 😊
 Ik hoor het graag van anderen!

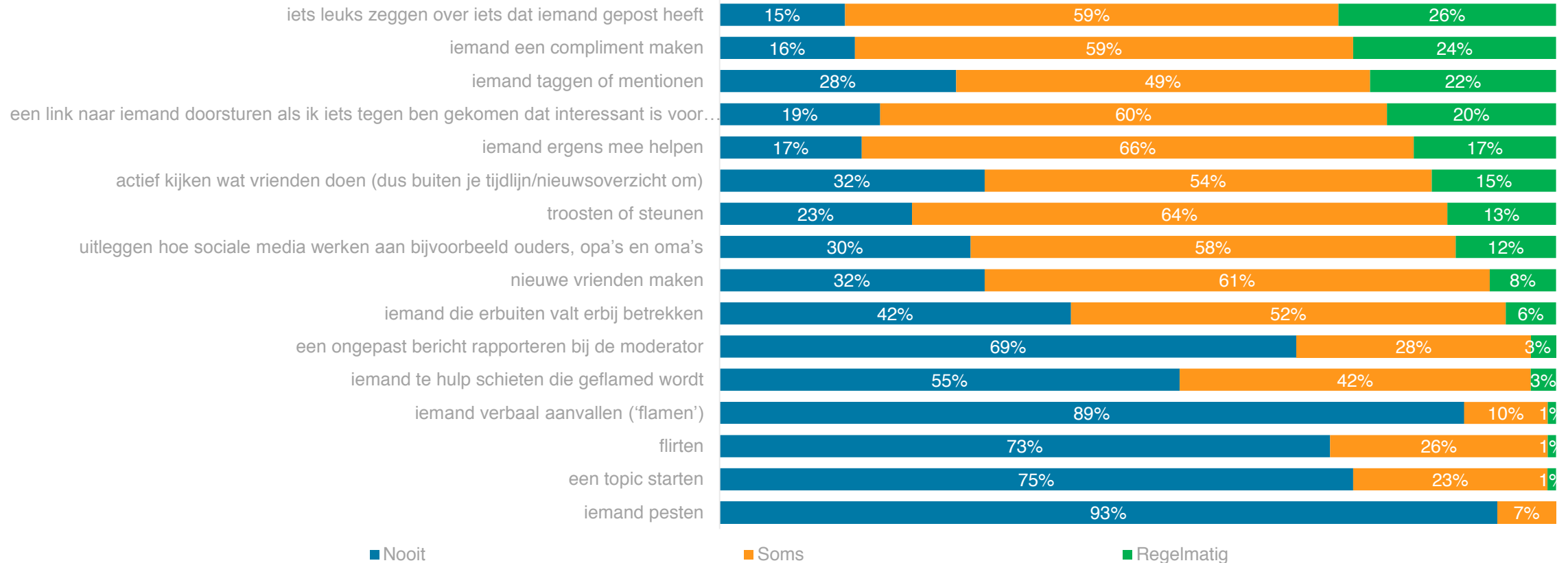


Als ik een melding krijg op Facebook dat een vriendin jarig is:



(n=1.059)

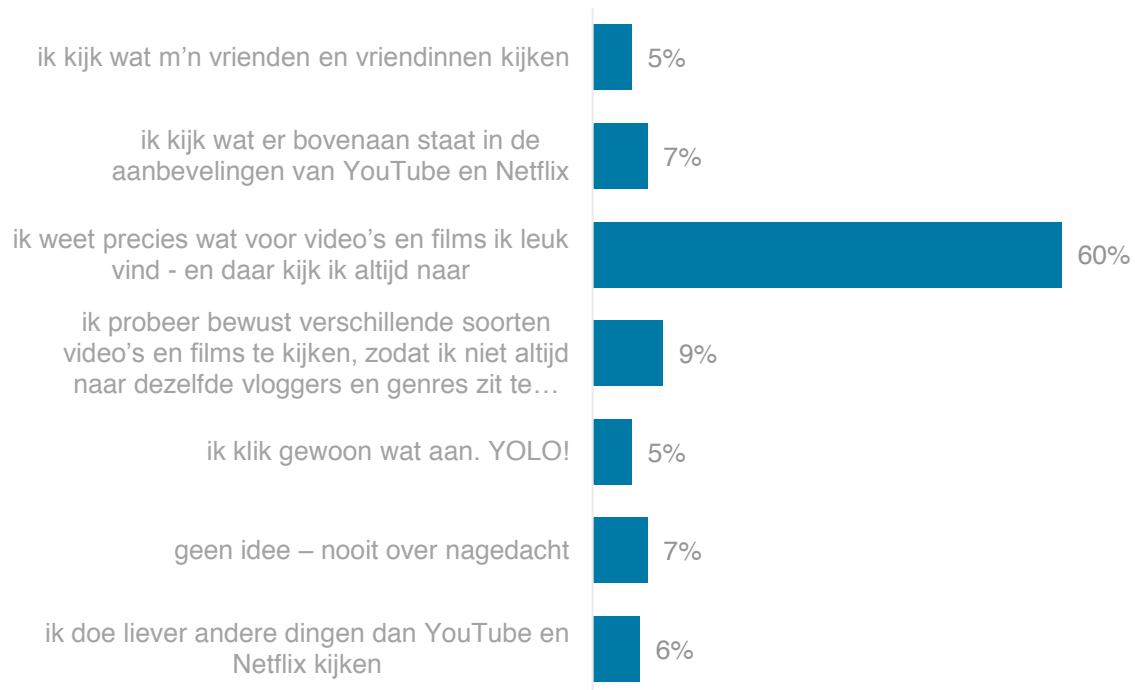
Ik doe de volgende dingen op sociale media:



(n=1.059)

S1 Nadenken

Naar wat voor video's, films en series kijk jij op Netflix of YouTube?



(n=1.059)

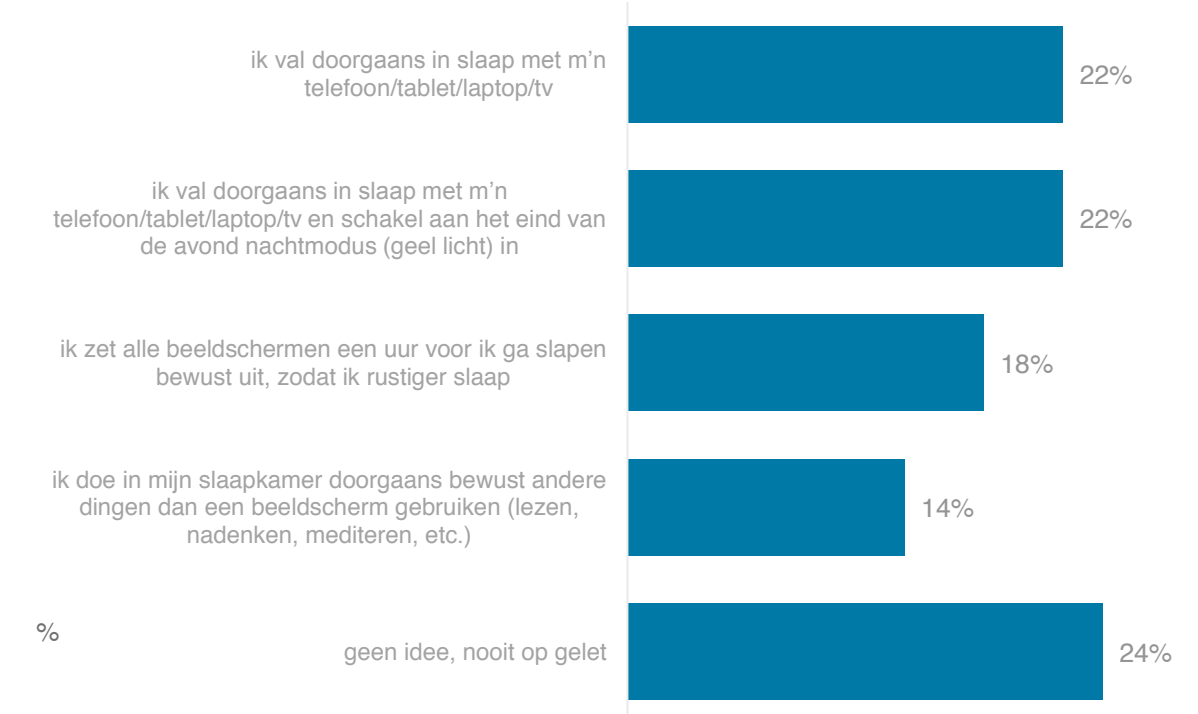
Appen op de fiets gaat binnenkort waarschijnlijk verboden worden. Wat vind jij daarvan?



Als ik samen met m'n ouders ben:



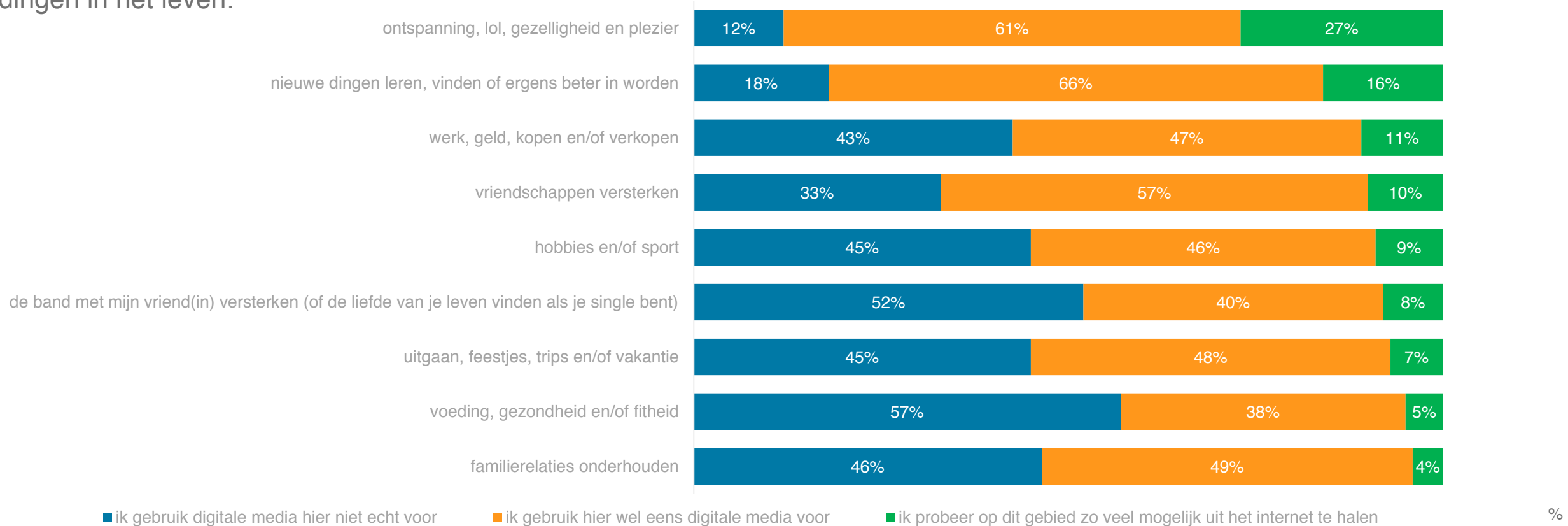
Kijk jij vlak voor het slapen naar een beeldscherm? Kies het antwoord dat het beste bij je past



(n=1.059)

S2 Bereiken

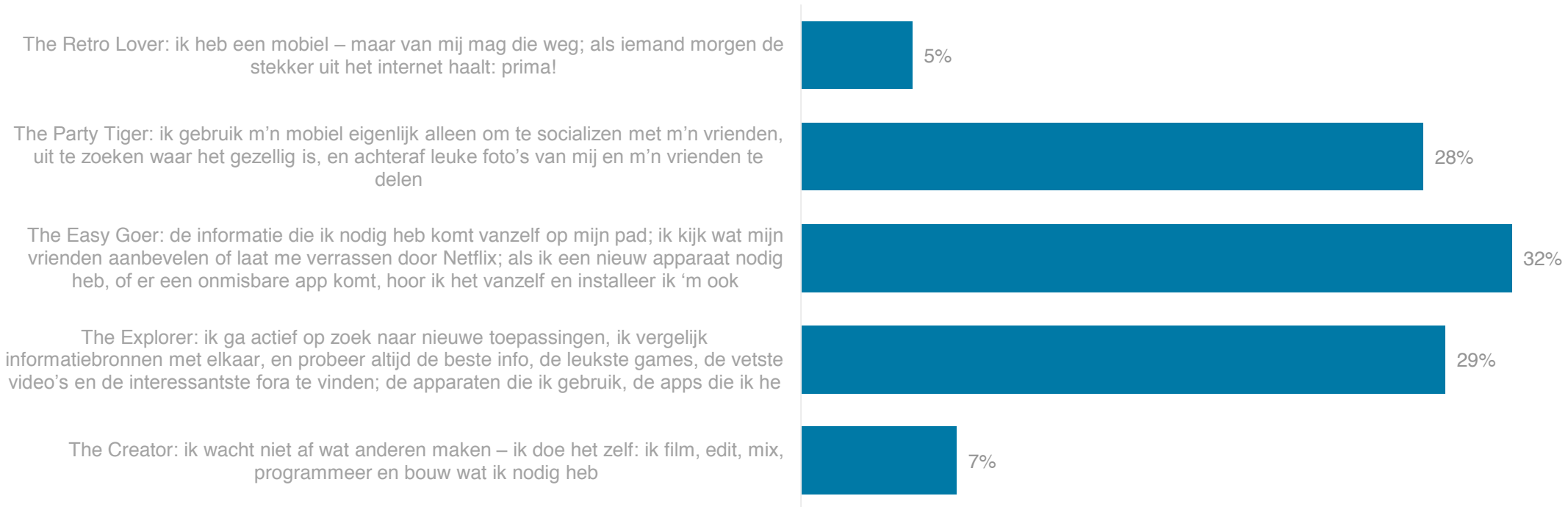
Hoe gebruik jij het internet voor de volgende negen dingen in het leven:



%

(n=1.059)

Wat voor soort internetgebruiker ben jij?



(n=1.059)

Onderzoeksverantwoording

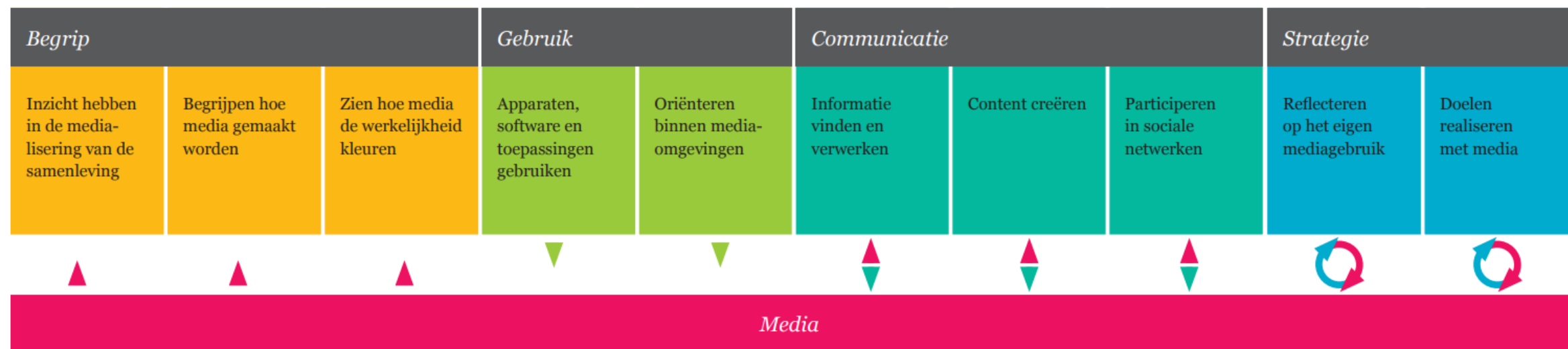
Onderzoek	Mediawijzer.net– Hoe mediawijs is Nederland?
Doel onderzoek	Kantar Public heeft in opdracht van Mediawijzer.net onderzoek gedaan naar de staat van de mediawijsheid in Nederland onder jongeren tussen de 13 en 18 jaar. Het onderzoek is uitgevoerd onder een representatieve groep jongeren . Dit rapport richt zich primair op de ervaringen van deze personen.
Werving	Respondentenpanel Nipobase
Steekproefgrootte	Bruto n=1600
Respons	Bruto n=1600; netto 1.059 (66%)
Veldwerkperiode	15 oktober t/m 22 oktober 2018
Methode	Computer Assisted WebInterviewing (online)
Vragenlijstlengte	Gemiddeld 7 minuten

5. Bijlage

Mediawijsheid Competentiemodel

Hieronder staat de verzameling competenties die je nodig hebt om actief en bewust deel te kunnen nemen aan de mediasamenleving. Mediawijzer.net heeft diverse experts geraadpleegd om vast te stellen welke competenties dit zijn. Het resultaat: tien mediawijsheidcompetenties in één omvattend model. Helderheid over mediawijsheid en een vertrekpunt voor mediawijsheidsinitiatieven.

De indeling en beschrijving van de tien competenties is tot stand gekomen op basis van de laatste inzichten van de geraadpleegde experts. Maar de ontwikkelingen in de media gaan snel en om actueel en relevant te blijven zal dit model daarop in moeten spelen. Het model is daarom open en dynamisch opgezet, zodat er ruimte is om aanpassingen te maken wanneer de ontwikkelingen op mediawijsheidsgebied daarom vragen.



Het volledige Mediawijzer competentiemodel vindt u hier: https://www.mediawijzer.net/wp-content/uploads/sites/6/2013/07/Competenties_Model_.pdf