

Hoe cultureel is de digitale generatie?

Hoe cultureel is de digitale generatie?

Het internetgebruik voor culturele doeleinden
onder schoolgaande tieners

Marjon Schols
Marion Duimel
Jos de Haan

Sociaal en Cultureel Planbureau
Den Haag, maart 2011

Het Sociaal en Cultureel Planbureau is ingesteld bij Koninklijk Besluit van 30 maart 1973.

Het Bureau heeft tot taak:

- a wetenschappelijke verkenningen te verrichten met het doel te komen tot een samenhangende beschrijving van de situatie van het sociaal en cultureel welzijn hier te lande en van de op dit gebied te verwachten ontwikkelingen;
- b bij te dragen tot een verantwoorde keuze van beleidsdoelen, benevens het aangeven van voor- en nadelen van de verschillende wegen om deze doeleinden te bereiken;
- c informatie te verwerven met betrekking tot de uitvoering van interdepartementaal beleid op het gebied van sociaal en cultureel welzijn, teneinde de evaluatie van deze uitvoering mogelijk te maken.

Het Bureau verricht zijn taak in het bijzonder waar problemen in het geding zijn die het beleid van meer dan één departement raken. De minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is als coördinerend minister voor het sociaal en cultureel welzijn verantwoordelijk voor het door het Bureau te voeren beleid. Omtrent de hoofdzaken van dit beleid treedt de minister in overleg met de minister van Algemene Zaken, van Justitie, van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, van Financiën, van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, van Economische Zaken, van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.

© Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag 2011

SCP-publicatie 2011-8

Zet- en binnenwerk: Textcetera, Den Haag

Figuren: Mantext, Moerkapelle

Vertaling samenvatting: Julian Ross, Carlisle, Engeland

Omslagontwerp: Bureau Stijlzug, Utrecht

Foto omslag: Stichting GetOud, Den Haag

ISBN 978 90 377 0457 0

NUR 740

Voorzover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.repro-recht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

Sociaal en Cultureel Planbureau

Parnassusplein 5

2511 VX Den Haag

Telefoon (070) 340 70 00

Fax (070) 340 70 44

Website: www.scp.nl

E-mail: info@scp.nl

De auteurs van SCP-publicaties zijn per e-mail te benaderen via de website.

Inhoud

Voorwoord	7
Samenvatting	9
1 De digitale generatie en cultuur op internet	14
1.1 Voorlopers in de virtuele wereld	14
1.2 Culturele activiteit online: content, contact en creatie	15
1.3 Toegang, gebruik en digitale vaardigheden	16
1.4 Vraagstelling en dataverzameling	18
Noten	20
2 Content: informatie op het web	22
2.1 Culturele informatie	22
2.2 Verschillende informatiebronnen; online en offline gebruik	22
2.3 Het opzoeken van praktische informatie	26
2.4 Het bekijken, beluisteren en opzoeken van culturele content	29
2.5 Culturele websites en websites van culturele instellingen	37
2.6 Wie zoekt culturele informatie op?	39
2.7 Slot	40
Noten	41
3 Contact: online communicatie	42
3.1 Tweets, tags, tieners en kunst	42
3.2 Communicatie	43
3.3 Bestellen	46
3.4 Wie communiceert over cultuur?	50
3.5 Slot	51
Noten	52
4 Creatie: het creëren van nieuwe content	53
4.1 Participatie en creatie	53
4.2 Zelf creëren	54
4.3 Sociale netwerksites	59
4.4 Culturele instellingen 2.0	63
4.5 Wie creëert nieuwe content?	64
4.6 Slot	65
Noten	66

5	Digitale vaardigheden en sociale context	67
5.1	Cultuur in het internettijdperk	67
5.2	Digitale vaardigheden van tieners	68
5.3	Cultuurparticipatie; jongeren, ouders en vrienden	74
5.4	Offline en online cultuurparticipatie	82
5.5	Slot	84
	Noten	84
6	Cultuur en ICT op school	86
6.1	De stimulans van school	86
6.2	Cultuur op school	86
6.3	ICT en school	90
6.4	Cultuur en ICT op school	95
6.5	Online cultuurparticipatie en de invloed van school	98
6.6	Slot	99
	Noten	100
7	Verklaren van online cultuurparticipatie	101
7.1	Verschillen in online cultuurdeelname	101
7.2	Content	101
7.3	Contact	104
7.4	Creatie	107
7.5	Slot	110
	Noten	112
8	Samenvatting en slotbeschouwing	113
8.1	Samenvatting	113
8.2	Slotbeschouwing	116
	Summary	120
	Bijlage Woordenlijst	126
	Bijlagen A en B (te vinden via www.scp.nl bij het desbetreffende rapport)	
	Literatuur	129
	Publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau	134

Voorwoord

Jongeren behoren tot de voorlopers in het gebruik van moderne informatie- en communicatietechnologieën. Ze zijn er vaak als eersten bij om nieuwe apparatuur aan te schaffen, weten moderne technologieën te integreren in hun overige mediagebruik en gelden als bijzonder handig in de omgang met de nieuwe mogelijkheden. Het gebruik van internet is onderdeel van hun dagelijks leven.

Jongeren worden regelmatig aangemerkt als doelgroep in het cultuurbeleid. Culturele instellingen richten zich op het binnenhalen van een jong publiek en scholen doen middels het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming hun best om scholieren voor kunst en cultuur te interesseren.

Het is verleidelijk om internet te beschouwen als een digitale toegangspoort tot de culturele interesse van jongeren. In dit rapport staat beschreven in hoeverre internet tieners toegang verschaft tot culturele informatie en of zij hier met elkaar contact hebben over culturele onderwerpen. Tevens is nagegaan in welke mate zij zelf actief zijn met het uploaden van tekst, foto's en film en in welke mate dit een kunstzinnig karakter heeft.

De gegevens voor dit onderzoek zijn gebaseerd op een vragenlijst die leerlingen in het voortgezet onderwijs hebben ingevuld. Het veldwerk is uitgevoerd in samenwerking met prof. dr. Elly Konijn (Vrije Universiteit Amsterdam). Hierbij wil ik haar graag bedanken voor de prettige samenwerking.

Prof. dr. Paul Schnabel
Directeur Sociaal en Cultureel Planbureau

Samenvatting

In het afgelopen decennium hebben jongeren zich geprofileerd als fervente internetgebruikers. Tegelijkertijd hebben culturele instellingen veel aanbod gedigitaliseerd en online toegankelijk gemaakt. Dit werd als een uitdagende combinatie of een nieuwe kans gezien, aangezien de meeste jongeren online zijn. Het is echter de vraag in hoeverre de digitale generatie de online mogelijkheden inderdaad benut voor culturele doeleinden.

In dit rapport is beschreven hoe cultureel actief tieners op internet zijn en in hoeverre die activiteiten samenhangen met de omvang van hun internetgebruik, hun digitale vaardigheden, de culturele activiteiten in hun gezin en van hun vrienden, en de (culturele en digitale) activiteiten op hun school.

Voor het onderzoek zijn leerlingen in het voortgezet onderwijs geïnterviewd. In 2008 vulden 1592 leerlingen uit 167 klassen van 32 scholen in de klas een vragenlijst in. De scholen zijn verdeeld over vijf grote steden, elf middelgrote steden en drie kleine gemeenten. De leerlingen varieerden in leeftijd tussen de 12 en 18 jaar en zaten op een vmbo-, havo- of vwo-opleiding (leerlingen in eindexamenklassen zijn niet ondervraagd).

Om de digitale cultuurparticipatie van 12-18-jarige scholieren te onderzoeken is een onderscheid gemaakt in drie rollen bij het internetgebruik. Deze drie rollen kunnen samengevat worden met drie C's:

- *content* (gebruik internet voor verschillende soorten informatie zoals tekst, beeld als geluid);
- *contact* (persoonlijke communicatie of interactie in *peer-to-peer*-netwerken);
- *creatie* (het zelf produceren van tekst, beeld of geluid en deze uploaden op internet alsmede het online reageren op bijdragen van anderen en het plaatsen van tags).

Content

De culturele voorkeuren in het dagelijks leven van tieners zijn te herkennen in hun internetgebruik. Ze zoeken er vooral informatie over muziek, televisie of films en in veel mindere mate naar historische gebeurtenissen. Naar dans en toneel zoekt een kwart of minder. Als tieners praktische informatie opzoeken over culturele instellingen, zoals een bioscoop of museum, dan doen zij dat het meest via internet. Veel minder vaak fungeren televisie, krant, radio, boeken of tijdschriften als bron van informatie. Het gaat echter te ver om te concluderen dat het mediagebruik van tieners al grotendeels een digitale vorm heeft gekregen. Zo lezen tieners vaker de papieren dan de digitale krant (en dan liever een nieuwswebsite als nu.nl dan een online versie van een papieren krant) en kijkt een ruime meerderheid dagelijks televisie op het 'gewone' toestel. Ondanks dat meer dan de helft van de tieners (bijna) nooit tv op internet kijkt, keek in 2008 al een kleine groep regelmatig via internet tv. De gegevens zijn echter verzameld in 2008 en de digitalisering van het mediagebruik van tieners zal sindsdien zeker zijn toegenomen. Ook het kijken naar bioscoopfilms gebeurt niet langer uitsluitend maar wel overwegend via televisie, dvd of in de bioscoop. Bijna een kwart van de tieners kijkt films via

YouTube, veruit het belangrijkste kanaal om via internet films te bekijken. Dit gebeurde in 2008 veel meer dan het downloaden van films.

De digitalisering van muziek heeft met de cd al een veel langere historie dan de digitalisering van ander cultureel aanbod. Voor jongeren is de ontkoppeling van muziek en de informatiedrager (het cd-schijfje) al ver voortgeschreden. De mp3 heeft de cd inmiddels ruimschoots ingehaald. Deze wordt het meest beluisterd via de pc, gevolgd door de mp3-speler/iPod en vervolgens de mobiele telefoon. De gewone radio is nog wel populairder dan radio via internet. Clips en concerten worden vooral via YouTube bekeken en dat geldt ook voor filmpjes over cabaret, toneel en dans. YouTube heeft een sterke positie verworven bij de digitale cultuurparticipatie. Populaire cultuur (film en muziek) zijn daarbij veruit favoriet, maar een minderheid kijkt ook naar traditionele cultuur. Tieners en dan vooral meisjes die een havo- of vwo-opleiding volgen, zoeken gemiddeld meer op internet naar culturele onderwerpen dan jongens en vmbo-leerlingen. Tussen etnische groepen bestaan weinig verschillen.

Contact

Onder tieners zijn sociale netwerksites (Hyves en Facebook) en *instant messaging* (msn'en) populair om contacten te leggen en te onderhouden. Hier spreken zij ook over culturele onderwerpen, opnieuw het meest over tv-programma's, films en muziek. Traditionele cultuur is veel minder onderwerp van gesprek dan populaire cultuur. Voor alle cultuuruitingen geldt dat tieners er in *face-to-face*-contacten vaker over spreken dan via internet. De verhouding tussen populaire en traditionele cultuur als gespreksonderwerp is in het fysieke contact vergelijkbaar met die op internet. Opnieuw tonen meisjes zich meer geïnteresseerd in cultuur dan jongens. Jongens nemen daarentegen vaker deel aan forums over culturele onderwerpen. Verder hebben vwo'ers vaker dan vmbo'ers online contact over culturele onderwerpen. De verschillen in communicatie tussen tieners van verschillende opleidingsniveaus zijn op internet wel kleiner dan in het dagelijks leven. Tieners communiceren vooral met elkaar. Soms hebben ze via internet contact met culturele organisaties, bijvoorbeeld om kaarten te bestellen (vooral voor concerten), maar meestal worden die aan de kassa gekocht.

Creatie

Anders dan bij massamedia biedt internet de gelegenheid om zelf informatie aan het web toe te voegen. Tieners maken van deze interactieve mogelijkheden gebruik door bijvoorbeeld zelf foto's of filmpjes te uploaden (op YouTube of naar hun eigen profiel op Hyves), die ze veelal met hun mobiel gemaakt hebben. Vaak zijn dat foto's van zichzelf of van vrienden, al dan niet bewerkt in programma's als Photoshop. Hier wordt de grens tussen sociaal contact en culturele expressie diffuus. Het bewerken van foto's en films kent vele mogelijkheden en biedt ruimte voor creativiteit. Meisjes richten zich vooral op het bewerken van foto's. Naarmate de creatieve computeractiviteiten moeilijker worden haken er meer tieners af. De meer ingewikkelde activiteiten worden vaker ondernomen door jongens, omdat zij beter kunnen omgaan met de moeilijkere instrumentele digitale vaardigheden. Vmbo'ers blijken op een aantal gebieden creatiever te zijn en meer tijd te besteden aan het creëren van nieuwe content dan jongeren op de havo en het vwo.

Het culturele gehalte kan ook liggen in het object dat wordt vastgelegd. Een deel van de tieners registreert de kunstzinnige activiteit (zang, muziek, stand-upcomedy) in digitale vorm. Sommigen worden zelfs beroemd vanwege de filmpjes die ze geupload hebben. De groep tieners die dergelijke cultureel getinte filmpjes maakt en deze ook nog online zet, is klein. Veel vaker worden muziek of filmpjes van anderen, bekende muziek- of filmsterren, op de eigen website (veelal Hyves) gezet.

In 2010 begon Hyves steeds meer concurrentie van Facebook te krijgen, maar in 2008 (ten tijde van het onderzoek) was Hyves nog de sociale netwerksite voor tieners bij uitstek. Behalve het onderhouden van contacten en het uploaden van muziek, films en teksten, biedt Hyves de mogelijkheid om lid te worden van een groep rond een bepaald thema. Iets minder dan de helft van de tieners is lid van ten minste een culturele hyve. Vooral groepen gericht op muziek, films of televisieprogramma's zijn populair, voor culturele instellingen tonen ze hier weinig belangstelling. Eigenlijk vinden ze Hyves niet een gepaste plaats voor het presenteren culturele instellingen; tieners zien Hyves vooral als een medium waarop je met vrienden communiceert.

Offline en online cultuurdeelname

De kennismaking met cultuur in bioscoop, musea of theater verloopt meestal via de ouders. Een deel van de ouders neemt hun kinderen mee naar diverse cultuuruitingen terwijl andere ouders dit niet doen of in mindere mate. In de pubertijd vervullen de tieners vaak het gezelschap van de ouders voor dat van leeftijdsgenoten. In gezelschap met vrienden gaat de belangstelling vooral uit naar concerten en film. In de *peer group* staat de traditionele cultuur doorgaans niet hoog aangeschreven, maar sommige tieners gaan vrijwel overal naar toe. Er zijn echter ook tieners die nergens heen gaan, zelfs niet naar de bioscoop of een muziekconcert.

De belangstelling voor cultuur via internet loopt parallel aan het bezoek van culturele instellingen. Tieners die online cultureel actiever zijn, behoren ook in de fysieke wereld vaker tot de cultuurbezoekers. Culturele activiteit is in beide gevallen niet afgemeten aan de bezoekfrequentie, maar aan het aantal verschillende cultuuruitingen dat zij bezoeken of waar zij zich online mee inlaten. Aangezien tieners in meerderheid geïnteresseerd zijn in film en muziek wordt de breedte van dit culturele repertoire dus in sterke mate bepaald door minder vaak bezochte cultuuruitingen. Vaak betreft het dan traditionele cultuur.

De online cultuurparticipatie hangt niet alleen samen met het eigen cultuurbezoek in *real life*, maar ook met de mate van culturele activiteit van ouders en vrienden. Wanneer ouders en vrienden in het dagelijks leven veel naar verschillende cultuuruitingen gaan, zijn tieners op het internet actiever op cultureel gebied. Dat geldt voor zowel het gebruik van culturele informatie (content), het online bespreken van culturele onderwerpen (contact) als het uploaden van eigen informatie (creatie). In eerder onderzoek naar de determinanten van cultuurparticipatie is aangetoond dat de invloed van ouders die hun kinderen meenemen naar culturele instellingen een leven lang werkzaam blijft (Nagel 2004). De samenhang tussen cultuurdeelname van de ouders en online culturele activiteit van hun kinderen wijst er op dat het ouderlijk voorbeeld ook in de online participatie doorwerkt. De samenhang tussen de online cultuurdeelname van tieners

en de offline cultuurparticipatie van vrienden geeft aan dat de selectie van de vrienden zeker van belang is. Tieners die geïnteresseerd zijn in cultuur hebben mogelijk eerder vrienden die eveneens hierin geïnteresseerd zijn.

Internetgebruik voor culturele doeleinden in de vrije tijd en voor school

Scholen verschillen in de mate waarin cultuureducatie in het lesaanbod zit verweven. Alle scholieren krijgen sinds een aantal jaar verplicht Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV). Cultuurprofielscholen gaan hierin nog een stap verder en weven cultuureducatie door alle vakken heen. De toepassing en integratie van cultuur op scholen hangt deels af van het enthousiasme en de inzet van docenten.

Ook het gebruik van ICT voor onderwijsdoeleinden steunt deels op het initiatief en enthousiasme van docenten. Meer gemotiveerde en onderlegde docenten passen vaker ICT toe in hun lessen dan andere docenten. Dit is niet alleen een zaak van individuele docenten. Sommige scholen scheppen een omgeving waar meer met ICT kan worden gewerkt. Dit hangt onder meer samen met het ICT-beleid op school en de daaraan gekoppelde aanwezige ICT-voorzieningen. ICT is echter in zeer beperkte mate geïntegreerd in de kunstvakken.

Tieners hebben thuis vrijwel altijd toegang tot internet en op school in beperkte mate. Het internetgebruik ligt op school dan ook een stuk lager dan thuis. Ruim een derde van de leerlingen is op school maar enkele keren per maand of minder online. Thuis hebben de ouders enige invloed op de interesses van kinderen en worden tieners geacht ook huiswerk te maken. Om de eigen interesse te onderscheiden van schoolopdrachten is gevraagd of het zoeken naar culturele informatie voor eigen vermaak gebeurt of in opdracht van school. Informatie over cultureel erfgoed zoeken tieners vooral op voor school. Tieners die met school culturele instellingen bezoeken, zoeken vaker hiervoor informatie op voor school. De helft van de tieners zoekt in de vrije tijd wel eens iets op over musea en monumenten. Filmpjes over cabaret, toneel of dans bekijken tieners vooral in hun vrije tijd. In beide gevallen, huiswerk en eigen vermaak, verkiezen tieners internet boven media als boeken en kranten.

Verschillen in internetgebruik voor culturele doeleinden verklaard

De culturele belangstelling van tieners krijgt vorm in een complex krachtenveld. Van huis uit krijgen zij culturele bagage mee, maar sommigen vertrekken met een vrijwel lege rugzak, terwijl anderen al in de volle breedte van het culturele spectrum met hun ouders zijn meegegaan. Scholen doen eveneens in uiteenlopende mate hun best om leerlingen voor kunst en cultuur te interesseren. In contact met leeftijdsgenoten krijgt de culturele belangstelling verder vorm. De jeugdcultuur kan zeker niet als homogeen worden beschouwd. Er bestaan vele subculturen en iedere subcultuur heeft weer eigen normen over welke cultuuruitingen besproken, bezocht en gedeeld kunnen worden. Al deze contexten (ouderlijk milieu, school, jeugd(sub)cultuur) beïnvloeden de breedte van de online cultuurparticipatie, die tevens wordt gestuurd door de digitale vaardigheden van tieners en mogelijk door de mate waarin scholen ICT-gebruik stimuleren of faciliteren. Om zicht te krijgen op de dominante factoren in dit

krachtenveld zijn multivariate analyses uitgevoerd voor drie vormen van online cultuurdeelname (content, contact en creatie).

Als de omstandigheden statistisch constant worden gehouden, blijkt nog steeds dat meisjes meer online aan cultuur deelnemen dan jongens. Zij zijn veel meer bezig met zowel het opzoeken van culturele informatie, het communiceren over cultuur als het creëren van culturele content.

De sociale context speelt een belangrijke rol bij de online cultuurparticipatie. Bij ieder van de drie soorten (content, contact, creatie) is vooral de offline cultuurdeelname van de tieners zelf, maar ook die van vrienden en van ouders van invloed. Als tieners zelf, hun vrienden en hun ouders meer cultuur bezoeken, communiceren tieners online meer over cultuur en zoeken ze meer informatie hierover op. Daarnaast zijn wisselend andere factoren van belang. Bij creatie blijkt de mate waarin tieners overweg kunnen met de pc en het internet een nog grotere invloed te hebben dan de sociale context. Tieners met veel digitale vaardigheden communiceren meer over cultuur en zijn actiever in het creëren van nieuwe content dan tieners met weinig vaardigheden. Bij content speelt het opleidingsniveau een rol: havoleerlingen zoeken meer culturele informatie op dan vmbo-leerlingen. Voor zowel content, contact als creatie is de tijd die tieners online zijn van belang; naarmate tieners langer op het internet zitten, zijn ze online cultureel actiever.

Scholen verschillen aanzienlijk van elkaar. Sommige leggen nadruk op cultuureducatie en andere ondersteunen het onderwijs sterk met een goede ICT-infrastructuur en met de integratie van internetgebruik in de curricula. Toch hebben deze schoolkenmerken geen significante invloed op de online cultuurparticipatie van tieners. Op scholen die actiever zijn op een of beide terreinen is online het culturele repertoire van leerlingen dus niet breder dan op andere scholen.

Zoals reeds is opgemerkt, zijn de gegevens voor dit onderzoek verzameld in 2008. Toen al zaten vrijwel alle tieners op internet. De opkomst van de smartphone in de afgelopen jaren heeft de mogelijkheden nog eens verruimd. Abbonementhouders met zo'n toestel hebben overal toegang tot internet. Het is dus aannemelijk dat het mediagebruik van tieners in 2011 nog meer een digitaal karakter heeft gekregen dan drie jaar geleden en dat de verschillende vormen van online cultuurparticipatie nog meer een onderdeel van hun dagelijks leven zijn geworden.

Of culturele instellingen uit de hoek van de traditionele cultuur via internet beter toegang hebben gekregen tot de gewenste doelgroep van jongeren valt te betwijfelen. Vergroting van het publieksbereik onder tieners door digitaal contact ligt niet voor de hand. Tieners geven ook online blijk van een duidelijke voorkeur voor populaire cultuur. Online zijn ze bovendien meer bezig met communiceren met vrienden en het spelen van games. Als ze al informatie zoeken over traditionele cultuur is dat vooral voor huiswerk. Wel is er een kleine groep die uit eigen interesse traditionele cultuurwebsites bezoekt. Deze groep is van jongs af aan met ouders naar culturele instellingen gegaan en weet die weg nog steeds te vinden. Als tieners gevraagd wordt wat zij verwachten van culturele instellingen, blijkt dat zij niet zitten te wachten op schouwburgen en theaters die zich op sociale netwerksites als Hyves manifesteren. Het internetgebruik van tieners is een onderdeel van de jeugdcultuur en daarin houden zij volwassenen graag op enige afstand.

1 De digitale generatie en cultuur op internet

1.1 Voorlopers in de virtuele wereld

Jongeren hebben de reputatie met groot gemak hun weg in de virtuele wereld te kunnen vinden. Ze zijn in de vrije tijd langer online dan volwassenen, maar deze tijd wordt vooral besteed aan fungebruik (digitale communicatie en online gamen) en minder aan functioneel gebruik (De Haan en Huysmans 2006). Meer dan volwassenen zijn zij actief met *instant messaging*¹ (IM: het meest gebruikte IM-programma is msn) en op sociale netwerksites zoals Hyves.² Culturele organisaties zien in de online activiteit van jongeren een nieuwe kans om deze groep te bereiken. Zij hebben in het eerste decennium van het nieuwe millennium veel tijd, energie en geld geïnvesteerd in het digitaliseren van hun aanbod en aan het vormgeven van websites voor het ontsluiten van dit digitale materiaal (De Haan et al. 2006). Jongeren worden hiervoor expliciet als doelgroep gezien, zeker omdat ze langs andere wegen moeilijk te bereiken zijn. Zij kunnen nu online informatie over museale objecten zoeken of naar filmpjes op YouTube kijken. Op YouTube zijn miljoenen filmpjes met cabaret, dans en toneel te vinden, van amateurvideo's tot professionele producties. Op Twitter zijn culturele instellingen alom vertegenwoordigd om de communicatie met elkaar en met hun publiek op te zoeken (Duimel 2009). Musea en archieven starten hyvegroepen waar geïnteresseerden lid van kunnen worden op de gelijknamige sociale netwerksite (sns). Er zijn vele community's en blogs over uiteenlopende culturele onderwerpen. Door al deze mogelijkheden zouden jongeren de statusdrempels van musea, schouwburgen en concertzalen kunnen vermijden, zo luidt de wellicht wat optimistische gedachte. In hoeverre vinden jongeren in de virtuele wereld hun weg naar het digitale cultuuraanbod?

Niet alleen culturele instellingen, maar ook ouders en scholen doen hun best om jongeren voor kunst en cultuur te interesseren. Het gezin geldt als de primaire context om met kunst en cultuur in aanraking te komen. Kinderen gaan samen met hun ouders naar de bioscoop, musea en theater (Nagel 2004). Mogelijk stimuleren de ouderlijke aanmoedigingen ook de online cultuurparticipatie van hun kinderen. Scholen intensiveren halverwege de jaren negentig de aandacht voor kunst en cultuur in het kader van het beleidstraject 'Cultuur en school' van toenmalig staatssecretaris van Cultuur Aad Nuis. Bovendien is vanaf de jaren negentig grootschalig geïnvesteerd in ICT-voorzieningen op scholen, in digitale leerwegen en in digitale en didactische vaardigheden van docenten (Kennisset 2010). Een deel van de cultuureducatie op school krijgt nu vorm langs digitale weg (Seelen 2008).

Jongeren zijn fervente internetgebruikers, het online cultuuraanbod groeit en verschillende partijen willen de culturele belangstelling van jongeren stimuleren. Het is de vraag in hoeverre jongeren de nieuwe digitale mogelijkheden hiervoor inderdaad benutten. In dit rapport gaan we na hoe cultureel actief tieners online zijn en in hoeverre die activiteit samenhangt met de omvang van hun internetgebruik, hun digitale vaardigheden,

de culturele activiteit in hun gezin en door hun vrienden, en de (culturele en digitale) activiteiten op hun school.

1.2 Culturele activiteit online: content, contact en creatie

Voor tieners biedt internet toegang tot omvangrijke sociale netwerken uiteenlopend van vrienden, games, muziek en ander entertainment tot een ruimte voor persoonlijke expressie en identiteitsvorming.

Om de vele mogelijkheden in kaart te brengen maken we in navolging van Hasebrink et al. (2009) een onderscheid tussen drie rollen bij internetgebruik: content, contact en creatie.

Bij content gaat het om de tiener in de rol van ontvanger van (massa)mediale informatie (zowel tekst, beeld als geluid). Op cultuurwebsites kunnen tieners informatie opzoeken, muziek downloaden of filmpjes kijken. In dit rapport richten we ons in het bijzonder op de culturele content, waarbij we een onderscheid maken tussen praktische informatie (bijvoorbeeld openingstijden, adresgegevens en toegangsprijzen) en meer inhoudelijke informatie (tekst, foto's, films en muziek).

Contact heeft betrekking op de sociale contacten in persoonlijke communicatie of in *peer-to-peer*-netwerken. Via e-mail, sms, instant messaging en sociale netwerksites onderhouden tieners contacten met elkaar en met anderen. Hier gaan we na in hoeverre kunst en cultuur in hun virtuele wereld onderwerp van gesprek zijn en in hoeverre ze contact hebben met culturele instellingen (onder andere het bestellen van kaartjes).

Creatie betreft het zelf produceren en uploaden van tekst, beeld of geluid op internet alsmede het online reageren op bijdragen van anderen en het plaatsen van tags (vgl. Nulens et al. 2005). Bij creatie wordt ook wel gesproken over 'de actieve gebruiker' of de *prosumer* (een samentrekking tussen producent en consument) (Janssen en Hermes 2006). De mogelijkheden voor deze activiteit werden vergroot door technologische ontwikkelingen die onder de noemer web 2.0 vallen. Sinds de opkomst van web 2.0 zijn internetgebruikers op grote schaal informatie aan het web gaan toevoegen (*user generated content*), bijvoorbeeld foto's (Flickr), kennis (Wikipedia), muziek (MySpace), filmpjes (YouTube) en bookmarks (Del.icio.us).

Het afbakenen van culturele content van andere content, en van online contacten over culturele onderwerpen van contacten over andere onderwerpen vraagt om een omschrijving van cultuur. Dit begrip wordt op uiteenlopende manieren gebruikt en is op vele manieren gedefinieerd. Een belangrijk verschil is dat van cultuur als kunsten en cultureel erfgoed enerzijds en cultuur als levensstijl dan wel normen en waarden anderzijds. In dit rapport richten we ons eerst op het eerstgenoemde. Cultuur verwijst dan vooral naar cultureel erfgoed (objecten in musea en bijzondere oude gebouwen) en verschillende soorten kunstuitingen (film, verschillende genres muziek, concerten, festivals, toneel, cabaret, musical, dans en beeldende kunsten). We maken verder onderscheid tussen traditionele (musea, beeldende kunsten, monumenten, klassieke muziek, ballet en toneel) en populaire cultuur (popmuziek en popfestivals, musical, film en cabaret).

Tieners associëren de termen kunst en cultuur vooral met traditionele cultuur. Veel tieners vinden musea en kunst saai. De titel van een boek van Mieke de Waal over jongeren en kunst is veelzeggend: 'Daar ga je toch niet heen?' (De Waal 1989). Een recenter rapport van het Cultureel Jongeren Paspoort (CJP) stelt dat het imago van kunst en cultuur onder jongeren 'ronduit belabberd' is (Vogelaar en Rynja 2005). Tieners tonen echter wel grote affiniteit met film en muziek, en dit vormt voor jongeren een belangrijk element van identiteit, zelfexpressie en associatie met een subcultuur. Het gaat dan om populaire cultuur, al noemen tieners dat zelf niet zo.

Via internet vinden tieners gemakkelijk hun weg in de culturele wereld. Zo downloaden zij films en muziek van internet, kijken online naar trailers van films of clips op YouTube en vinden bijvoorbeeld op MySpace een platform om over pop- en filmsterren te communiceren. Ook deze online culturele activiteit beschrijven we in dit rapport. Een tweede betekenis van de term cultuur verwijst naar levensstijlen en naar normen en waarden. In dit onderzoek beschrijven we de sociale contacten die jongen online onderhouden en de mate waarin zij daarin over onder andere muziek, film en televisiesternen spreken. We beschrijven ook hoe zij foto's en filmpjes maken en deze uploaden (creatie). Dan gaat het over onderwerpen die jongeren belangrijk vinden en die deel uitmaken van een jeugdcultuur. In dat geval gaat het over cultuur in een de brede betekenis van het woord.

Voor cultuurbeleid en voor scholen en ouders is het vooral van belang dat jongeren kennismaken met traditionele cultuur. Een manier om dit doel te bereiken is langs de digitale weg. Kan via internet de traditionele cultuur onder de aandacht van jongeren gebracht worden? Weten tieners hun weg naar een museum te vinden als deze instelling zich op Hyves begeeft en daar een hyvegroep opent? Kijken jongeren vaker naar een filmpje over toneel, dans of cabaret als deze op YouTube te zien is in plaats van op tv? Juist omdat het internet, inclusief de verschillende mobiele platforms variërend van mobiele telefoon tot laptop, voor jongeren zo vertrouwd is, is het interessant om te onderzoeken in hoeverre zij via deze weg participeren aan kunst en cultuur. Culturele instellingen kunnen verschillende digitale kanalen inzetten om hun publiek te bereiken. Vaak zijn het kanalen die al volop door jongeren gebruikt worden. In culturele instellingen wordt echter verschillend gedacht over het verspreiden van culturele content via het internet. Sommige instellingen vrezen dat meer internetgebruik leidt tot minder daadwerkelijke bezoek. Zij denken dat door het vrijgeven van content, bezoekers niet meer geïnteresseerd zijn om naar de instellingen te komen. Hiertegenover staat een groep voorstanders van het verspreiden van content op internet en van het stimuleren van betrokkenheid en discussie is: 'If you love something, set it free'.³

1.3 Toegang, gebruik en digitale vaardigheden

De huidige tieners groeien als eerste generatie op te midden van digitale media. Het merendeel van de tieners kan zich waarschijnlijk een tijd zonder internet niet meer herinneren. De verspreiding van internettoegang kwam midden jaren negentig op gang. Gezinnen met jonge kinderen liepen bij deze verspreiding voorop, waardoor veel

jongeren zijn opgegroeid in de aanwezigheid van nieuwe media. Van de jongeren geeft 23% aan voor de leeftijd van 6 jaar al gebruik te hebben gemaakt van de computer. Voor 56% was de eerste kennismaking met de computer toen zij in de leeftijd 6 tot 9 jaar waren en 20% heeft voor het eerst de computer gebruikt toen zij 10 jaar of ouder waren. De leeftijd waarop kinderen voor het eerst in aanraking komen met de computer is de afgelopen jaren gedaald. In 2001 was de leeftijd waarop kinderen voor het eerst achter de computer zaten nog 8,1 jaar, in 2005 was dit 7,8 jaar (Duimel en De Haan 2007) en in 2008 7,3 jaar. De computer en het internet maken hierdoor onderdeel uit van de leefwereld van de tieners en spelen in het dagelijks leven een belangrijke rol.

Vrijwel alle Nederlandse tieners hebben tegenwoordig thuis de beschikking over een computer en een internetverbinding (Livingstone en Haddon 2009). In gezinnen met opgroeiende kinderen is het al lang niet meer de vraag of er een pc in huis is, maar hoeveel computers er zijn en hoeveel daarvan op internet zijn aangesloten. Bij meer dan de helft van de 12-18-jarigen stonden er anno 2008 thuis drie of meer pc's. Met al die computers in huis is het geen verrassing dat deze ook op de kamers van de tieners te vinden zijn. 59% van de tieners had in 2008 een computer op de eigen kamer; 53% van de jongeren beschikt daarbij over internet en 6% heeft een computer zonder internet op de kamer. Jongens hebben vaker internet op hun kamer (58%) dan meisjes (48%). Opvallend is verder dat maar liefst 70% van de tieners met een Surinaams-Antilliaanse achtergrond over een computer met internet op hun eigen kamer beschikt. Van de Nederlandse jongeren is dat net een meerderheid (54%). Van de jongeren met een Marokkaanse of Turkse achtergrond heeft 42% een computer met internet op de kamer. In 2008 was internet slechts in zeer beperkte mate beschikbaar op mobiele telefoons. Daarom wordt in dit onderzoek niet ingegaan op het gebruik van smartphones.

Met de opmars van de digitale technologie is ook het gebruik sterk toegenomen.

Dit geldt niet alleen voor jongeren, maar voor alle leeftijdsgroepen. Tieners lopen wel voorop bij het gebruik van nieuwe media (Duimel 2007; Huysmans en De Haan 2010). De meeste tieners maken thuis meerdere keren per dag gebruik van het internet; slechts 16% zit thuis niet dagelijks op het internet en 2% is niet of minder dan een keer per week online. Jongens zitten vaker op het internet dan meisjes en tieners van Marokkaanse herkomst gemiddeld wat minder dan de andere groepen. De jongeren van Surinaamse en Antilliaanse herkomst maken het meest frequent gebruik van internet. Tussen de verschillende opleidingsniveaus bestaan geen verschillen. Als we de duur van het internetgebruik vergelijken, dan blijkt dat jongens ook iets langer dan meisjes online zijn. Van de jongens is 53% langer dan twee uur per dag online, van de meisjes is dit 47%. Ook naar opleidingsniveau zijn er verschillen: 64% van de vmbo'ers is langer dan twee uur per dag online tegenover 44% van de havoleerlingen en 38% van de vwo'ers.

Dat internet heel normaal is voor tieners, betekent niet dat zij er moeiteloos mee om kunnen gaan. Ze hebben weliswaar bijna allemaal de vrij eenvoudige computerhandelingen onder de knie, maar zodra het moeilijker wordt, is de vader nog altijd het meest vaardig in huis (Duimel en De Haan 2007). Ook hoeft het langdurig dagelijks gebruik niet te leiden tot het benutten van vele mogelijkheden. De activiteiten van jongeren bestaan vooral uit msn'en, hyven, gamen en wat surfen.

Aan het gericht informatie zoeken op internet besteden tieners minder tijd dan de groep 20-50-jarigen. Overigens is het de vraag wat ‘besteding van tijd’ precies zegt over de hoeveelheid informatie die wordt gezocht en wordt gevonden. De informatievaardigheden van tieners worden nogal eens overschat. Ze hebben vaak moeite met het zoeken, selecteren en evalueren van digitale informatie (Kuiper 2007). Of jongeren wel of niet gebruikmaken van online cultuurparticipatie wordt niet bepaald door het feit dat ze wel of geen toegang tot internet hebben. Mogelijk wel door hun niveau van digitale vaardigheden.

1.4 Vraagstelling en dataverzameling

We onderzoeken de culturele (digitale) participatie van 12-18-jarige scholieren (content, contact en creatie). Ook vergelijken we het internetgebruik voor culturele doeleinden met het gebruik van andere media en het daadwerkelijke bezoek aan culturele instellingen. Verder vergelijken we het culturele internetgebruik in de vrije tijd met dat voor school. Ten slotte onderzoeken we de invloed die digitale vaardigheden en verschillende contexten (thuismilieu en school) hebben op de digitale culturele participatie van jongeren. Om hierop zicht te krijgen, beantwoorden we de volgende onderzoeksvragen:

- 1 In hoeverre gebruiken leerlingen in het voortgezet onderwijs internet voor culturele doeleinden (traditionele en populaire cultuur)?
 - 1a In hoeverre gebruiken ze internet voor informatieve toepassingen (content)?
 - 1b In hoeverre gebruiken ze internet voor communicatieve toepassingen (contact)?
 - 1c In hoeverre gebruiken ze internet voor creatieve processen (creatie)?
- 2 Hoe verhoudt het internetgebruik voor culturele doeleinden zich tot dat van andere media hiervoor en het bezoek aan culturele instellingen?
- 3 Hoe verhoudt het internetgebruik voor culturele doeleinden in de vrije tijd zich tot dat voor school?
- 4 Hoe zijn verschillen in internetgebruik voor culturele doeleinden te verklaren?

De onderzoeksvragen komen in dit rapport in de gestelde volgorde aan bod. Eerst wordt de online cultuurparticipatie beschreven, daarna de digitale vaardigheden, offline cultuurparticipatie en de invloed van school op de online cultuurparticipatie van tieners. Gezien de verschillen in digitale vaardigheden, cultuurdeelname en affiniteit met technologie, wordt telkens een onderscheid gemaakt naar opleidingsniveau, etnische herkomst en geslacht (De Haan en Huysmans 2006; Van Ingen et al. 2007). In hoofdstuk 7 worden de verschillen in internetgebruik voor culturele doeleinden verklaard.

Dit rapport over online culturele activiteiten is gebaseerd op onderzoek onder 1612 leerlingen uit het vmbo, de havo en het vwo (uitgezonderd eindexamenklassen). Zij zijn in 2008 ondervraagd op 32 schoollocaties in Nederland.⁴ Met de selectie van de scholen en de random selectie van de klassen binnen de scholen is geprobeerd een goede afspiegeling van de Nederlandse leerlingen in het voortgezet onderwijs te krijgen. Om de invloed

van schoolkenmerken vast te stellen, zijn ook aan docenten vragen over hun school gesteld. In elke klas kreeg de docent vragen over ICT-faciliteiten, -toepassingen en -gebruik en de aandacht voor cultuur op de school. In totaal zijn er 67 vragenlijsten door docenten ingevuld (zie bijlage B voor de vragenlijsten van de scholieren en de docenten, te vinden via www.scp.nl bij het desbetreffende rapport). De antwoorden van de docenten zijn gekoppeld aan die van de leerlingen uit hun klas.⁵

De scholen zijn verdeeld over vijf grote steden (Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Groningen en Maastricht), elf middelgrote steden (Haarlem, Alkmaar, Delft, Leiden, Gouda, Amersfoort, Enschede, Nijmegen, Zwolle, Emmen en Roermond) en drie kleine gemeenten (Emmeloord, Weert en Twello). Binnen de 32 schoollocaties is een steekproef getrokken van 196 klassen. Van 167 klassen zijn ingevulde vragenlijsten ontvangen (85%). Op elke schoollocatie zijn, indien mogelijk, van elk niveau (vmbo-beroepsleerwegen, vmbo-theoretische leerweg, havo, vwo) meerdere klassen ondervraagd. Op scholen met één schooltype zijn in meerdere klassen van hetzelfde niveau enquêtes verspreid. De vragenlijsten zijn in de klas uitgedeeld en tijdens het lesuur ingevuld. Van twintig respondenten waren enkele basale gegevens niet bekend; zij zijn buiten de analyses gelaten. De respondentgroep van het onderzoek ICT en School (ICTS'08) bestaat derhalve uit 1592 respondenten (zie tabel 1.1).⁶

Het aantal tieners van Marokkaanse, Turkse en Surinaamse of Antilliaanse herkomst in de dataset is klein.⁷ Gezien die kleine aantallen kunnen we niet zonder meer aannemen dat zij de hele groep representeren. Aangezien er weinig bekend is over deze groepen op het gebied van online cultuurparticipatie, presenteren we wel de gegevens.

De tieners van verschillende etnische origine zijn redelijk verspreid over de scholen, al is op enkele scholen het percentage jongeren van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse of Antilliaanse herkomst laag. Op twee scholen, waaronder een islamitische school, zijn geen autochtonen ondervraagd.

Tabel 1.1

Aantal ondervraagde leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau^a en etnische herkomst, 2008 (in aantallen)

	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A	anders ^b
(n)	750	842	585	607	390	1198	55	69	61	207

a Van tien jongeren is het opleidingsniveau niet bekend.

b Jongeren die niet van Marokkaanse, Turkse, Surinaamse, Antilliaanse of autochtone herkomst zijn, behoren in dit onderzoek tot de categorie 'anders' (n = 207). Vanwege de diversiteit in deze categorie worden zij niet apart gepresenteerd. Deze jongeren zijn wel in alle analyses meegenomen. Van twee jongeren is de etnische herkomst onbekend.

Bron: SCP (ICTS'08)

Verder zijn door 46 leerlingen uit drie klassen (vmbo en vwo) schriftelijk open vragen beantwoord over internetgebruik voor culturele toepassingen. Ook geven zij hun mening over en ervaringen met diverse bevindingen uit het onderzoek. Daarmee is dit niet alleen een rapport over tieners en hun internetgebruik, maar komen zij ook zelf aan het woord. Zo laat Merel (3 vmbo) bijvoorbeeld zien hoe selectief ze op internet is en hoe haar online en offline belangstelling aan elkaar gekoppeld zijn:

Ik heb het op internet wat betreft culturele onderwerpen alleen over muziek, op hyves heb ik de 'piano hyves'. Ik speel zelf piano en daar praten we over soorten muziek. Ik speel wat stukken van het toneelstuk de Notekraker en andere mensen spelen Bach of andere stukken. Maar ik heb het op internet verder niet over musea of andere culturele onderwerpen.

Noten

- 1 Voor uitleg van technische begrippen zie bijlage met woordenlijst.
- 2 msn heet tegenwoordig Windows Live Messenger (wlm). Aangezien msn'en in het Nederlandse taalgebruik breed geaccepteerd is, blijven we die term gebruiken.
- 3 Mike Ellis tijdens een door Mediamatic georganiseerd symposium eind 2008. Ellis had alle foto's voor zijn presentatie gratis van Flickr geplukt. De presentatie plaatste hij een paar dagen later op Slideshare, waar hij door iedereen gratis te bekijken of te downloaden is. Weer een paar dagen later postte Ellis op Twitter het bericht: '871 views of my slideshare pres. Huzzah!'. Hij doet zelf overtuigend mee aan de participatiecultuur.
- 4 De dataverzameling is verricht door de Vrije Universiteit (vU) te Amsterdam in het kader van het onderzoeksproject Jongeren en Mediagebruik (o.l.v. prof. dr. E. Konijn). Voor het onderzoek naar ICT en Cultuur is een aparte vragenlijst ontwikkeld die aan de helft van alle leerlingen in iedere klas is voorgelegd (de andere helft kreeg de vragenlijst van de vU). Al eerder vond een vergelijkbare samenwerking tussen het scP en de vU (en eerder de Universiteit Utrecht) plaats. In 2005/06 heeft het scP geparticipeerd in onderzoek dat prof. dr. H.B.G. Ganzeboom (vU) samen met dr. I. Nagel (vU) en prof. dr. A.C. Liefbroer (NIDI/vU) uitvoerde in het kader van het onderzoeksproject Jongeren en Cultuur (zie Duimel en De Haan 2007). In 2001 werkte het scP samen met Ganzeboom en Nagel, destijds nog verbonden aan de Universiteit Utrecht, in het kader van het project ICT-gebruik op scholen (zie De Haan en Huysmans 2002). De selectie van de scholen is dan ook een voortzetting van deze eerdere onderzoeken. In bijlage A van dit rapport (te vinden via www.scp.nl bij het desbetreffende rapport) is een uitgebreid verslag van de dataverzameling te vinden. Afwijkend van het in de bijlage genoemde aantal van 1658, bevat de dataset na het opschonen nog 1612 respondenten.
- 5 Een groot aantal docenten heeft de vragenlijst echter niet ingevuld. Van tien scholen zijn geen gegevens bekend. Op een aantal scholen hebben meerdere docenten de vragenlijst ingevuld. Voor meer informatie zie bijlage A.
- 6 De uitval van twintig respondenten komt doordat vier tieners hun geslacht niet hebben ingevuld, van vier tieners de leeftijd onbekend is en zes tieners beide vragen niet hebben ingevuld. Daarnaast gebruiken we voor dit onderzoek de jongeren in de leeftijd 12-18 jaar, waardoor vier 11-jarige en twee 19-jarige jongeren niet opgenomen zijn in ons onderzoek.
- 7 Hoewel het aantal klein is, komt het percentage tieners van niet-Nederlandse herkomst overeen met het percentage niet-Nederlandse tieners in het voortgezet onderwijs. Een vergelijking van de eerste vier leerjaren in het voortgezet onderwijs met alle leerlingen in de ICT's '08 data, laat zien dat het

percentage Marokkaanse tieners in de ICTS'08 zelfs hoger is (4,3%) dan in het voortgezet onderwijs het geval is (3,2%). Ook de groep 'anders' (waaronder tieners van andere niet-westerse herkomst en van westerse herkomst onder vallen) is in de in dit rapport gepresenteerde data iets groter (13%) dan in de eerste vier klassen in het voortgezet onderwijs (11,3%) (CBS 2010).

2 Content: informatie op het web

2.1 Culturele informatie

Velen associëren informatie in eerste instantie met geschreven tekst. Volgens de gangbare opvatting in de informatiewetenschap kan informatie ook een andere vorm hebben, zoals geluid of beeld. Via de radio en televisie, maar ook via het internet wordt veel informatie verspreid. In dit hoofdstuk bekijken we de overdracht van culturele informatie via het internet. Om alle mogelijke inhoud van het internet aan te duiden – tekst, beeld en geluid – gebruiken we het begrip *content*. Dit begrip sluit waarschijnlijk beter aan bij de denkwereld van jongeren om aan te duiden waar dit hoofdstuk over gaat, dan het begrip informatie. Lastiger wordt het echter om culturele informatie of culturele content te onderscheiden van andere soorten informatie. Zoals in hoofdstuk 1 al is aangegeven, verwijst cultuur hier vooral naar cultureel erfgoed (bv. musea en monumenten) en verschillende soorten kunstuitingen (film, verschillende genres muziek, concerten en festivals, toneel en cabaret, shows en musicals, en dans).

In dit hoofdstuk beschrijven we in hoeverre tieners zich via internet in culturele content verdiepen. Zij kunnen zowel praktische informatie opzoeken (bv. openingstijden, adresgegevens en toegangsprijzen), als meer inhoudelijke culturele content (bv. muziek of filmpjes over cabaret). Het hoofdstuk begint met na te gaan in hoeverre tieners de oude media (televisie en kranten) raadplegen via internet dan wel de traditionele manier.

2.2 Verschillende informatiebronnen; online en offline gebruik

Kranten en nieuwswebsites

Tieners gebruiken verschillende media voor het verkrijgen van informatie.

Het medialandschap is de laatste decennia sterk veranderd door onder andere de nieuwe mogelijkheden van het internet en doordat gebruikers hun voorkeuren aanpassen aan nieuwe mogelijkheden. Zo is de krant tegenwoordig ook online te lezen en zijn er verschillende nieuwssites, waarvan nu.nl de meest gebruikte is, die deels vergelijkbare informatie bieden als de online kranten.

Het imago van jongeren als virtuele veelgebruikers maakt dat zij de seismografen van het medialandschap zouden kunnen zijn. De ondervraagde tieners blijken echter nog steeds de papieren krant boven de online versie te verkiezen (figuur 2.1). Een kwart leest minimaal eens per week een online versie van een papieren krant, tegenover 58% van de ondervraagde jongeren die minimaal eens per week de papieren versie openslaat. Het aantal jongeren dat de papieren krant leest, is zelfs groter dan het aantal dat een nieuwswebsite zoals nu.nl, nos.nl of msn.nl leest. Websites als nu.nl zijn onder jongeren evenwel populairder dan een online krant als nrc.nl, telegraaf.nl of ad.nl. Op dergelijke nieuwssites komt een kwart van de jongeren twee keer per week of vaker. Op krantensites komt maar een op de tien jongeren twee keer per week of vaker. Er bestaat wel een samenhang tussen de nieuwswebsites en de digitale kranten: jongeren die vaker een nieuwswebsite bezoeken, lezen ook vaker digitale kranten (correlatie van .46).

Deze jongeren zijn waarschijnlijk over het geheel genomen meer geïnteresseerd in het lezen van het nieuws. De resultaten geven aan dat onder tieners het internet de papieren krant (nog) niet heeft vervangen.

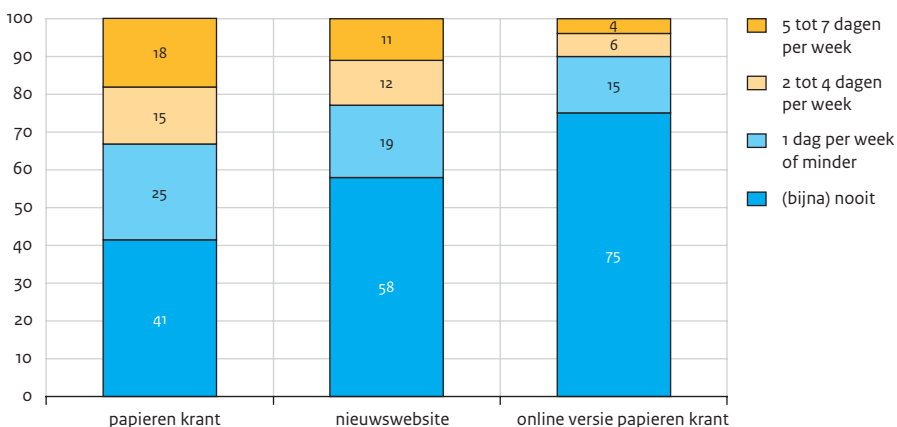
Wat zeggen tieners zelf over deze bevinding? Velen van hen zeggen dat ze wel wat beters op internet te doen hebben, namelijk msn'en! Daarnaast zeggen ze dat de papieren krant vaak toch al ergens in huis ligt en ze hem dan wel even inkijken of dat ze een gratis krant in het openbaar vervoer lezen. Andere jongeren geven toe dat ze nooit een krant lezen omdat het ze niet interesseert. Van de ondervraagde tieners geeft 27% aan nooit nieuws op te zoeken in een papieren of online krant, of via nieuwswebsites. Een paar van de genoemde redenen komt samen in het antwoord van een van de scholieren:

Ik denk dat kinderen vaker gewoon de krant lezen omdat hun ouders hem lezen en hij misschien gewoon op tafel ligt, dan zien ze hem liggen en lezen ze hem. Ik denk dat het niet bij hen opkomt om via internet het nieuws te lezen want daar hebben ze vele andere dingen te doen en denken ze niet van joh, laat ik eens de krant lezen.

Manouk, 3 vmbo

Figuur 2.1

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar via verschillende media nieuws lezen, 2008 (in procenten; n = 1552)



Bron: SCP (ICTS'08)

Om zicht te krijgen op de samenstelling van de verschillende lezersgroepen, bekijken we de tieners die twee keer per week of vaker een papieren krant, een online krant of een nieuwssite lezen (tabel 2.1). Uitgaande van deze drempelwaarde lezen jongens veel vaker nieuws dan meisjes. Vooral bij de internetbronnen is dat verschil groot. Verder lezen meer vwo'ers (52%) dan havoleerlingen (43%) en vmbo'ers (23%) het nieuws twee keer per week of vaker via de online of papieren krant en nieuwswebsites (niet in tabel).

Het verschil in opleidingsniveau is vooral te zien bij het lezen van de papieren krant (tabel 2.1). Vmbo'ers lezen nieuwswebsites even vaak als de papieren krant; hier is het verschil met de (iets) hoger opgeleiden kleiner. Tot slot is het opvallend dat autochtone tieners de online versie van een krant minder vaak lezen dan de andere groepen. Mogelijk komt dit doordat autochtonen vaker op een krant zijn geabonneerd dan niet-westerse migranten (CBS 2007). Als zij het nieuws willen volgen zijn ze niet, zoals niet-westerse migranten, genoodzaakt de krant op het internet te raadplegen.

Tabel 2.1

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar nieuws lezen via verschillende media, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; 2 dagen per week of vaker)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
papieren krant	34	37	31	18	39	49	35	34	32	33
online versie papieren krant	10	14	7	10	10	11	9	17	18	15
nieuwswebsite	23	29	18	18	26	26	22	30	29	25
(n)	1552	720	832	567	593	383	1171	54	68	59

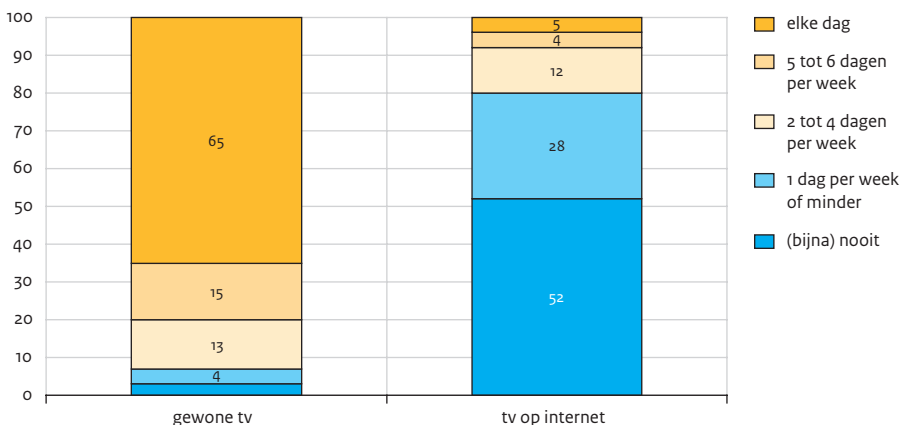
Bron: SCP (ICTS'08)

Televisiekijken

Ook het bekijken van televisie-uitzendingen is niet langer gekoppeld aan de vaste informatiedrager, het televisietoestel. Met de opkomst van uitzendinggemist.nl, omroepwebsites waar uitzendingen terug te vinden zijn en YouTube, is ook internet een bron om tv-programma's te kijken. Een voordeel van televisie op internet is dat je de uitzending kan bekijken wanneer je er zin in hebt en wanneer het uitkomt. Net als bij het lezen van nieuws, gaat ook hier het beeld dat tieners alles via internet doen niet op. Een blik op figuur 2.2 maakt meteen duidelijk dat jongeren nog het meest televisiekijken op het televisietoestel en niet op internet. De meerderheid van de jongeren kijkt nooit tv via internet en een kleine groep van de ondervraagde jongeren kijkt regelmatig via internet tv. We kunnen de beschrijving van de stand van zaken echter ook omdraaien: inmiddels kijkt bijna de helft van de ondervraagde jongeren wel eens tv via internet. Aannemelijk is dat dit percentage (en ook de kijkfrequentie) in de toekomst gaat toenemen. Het valt echter te betwijfelen dat iedereen in de toekomst vanachter zijn computer tv-programma's bekijkt. Het is eerder denkbaar dat internet en tv integreren en dat op welk scherm dan ook programma's *on demand* beschikbaar komen. Via welke kanalen en signalen die precies binnenkomen wordt minder relevant, het gaat om de content zelf.

Figuur 2.2

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar gewone tv en tv op internet kijken, 2008 (in procenten; n = 1563 en 1547)



Bron: SCP (ICTS'08)

Bijna de helft van de jongeren kijkt regelmatig tv via internet, maar wie zijn deze jongeren? De internet tv-kijkers zijn niet vooral jongens (niet in tabel), zoals misschien te verwachten was naar aanleiding van het computergebruik van deze groep (zie hoofdstuk 1). Jongens kijken wel iets vaker dan meisjes dagelijks tv via internet, maar er zijn zeker geen grote verschillen. Van de vwo'ers kijkt in vergelijking met de andere twee opleidingsniveaus een iets grotere groep tv via het internet, maar zij doen dit minder frequent dan de vmbo- en havoleerlingen. In vergelijking met autochtone tieners en tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst kijken veel jongeren van Turkse herkomst tv via internet. Jongeren van Surinaamse of Antilliaanse herkomst kijken evenals de jongeren van Turkse herkomst heel frequent televisie. Dit betekent dat het deel van de tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst dat televisie via internet kijkt, dit regelmatig doet. Zij hebben dan ook in vergelijking met de andere groepen vaak een pc op hun eigen kamer.

We hebben de jongeren gevraagd naar hun eigen verklaring over de bevinding dat zij bekend staan altijd online te zijn, maar weinig tv via internet kijken. Net als bij het lage internetgebruik voor het lezen van de krant, geven jongeren aan dat zij internet voor andere dingen gebruiken, en dan met name voor msn'en. Volgens meerdere jongeren is een televisietoestel bedoeld om tv te kijken en niet het internet. Verder is televisiekijken op het tv-toestel kijken gezelliger en makkelijker. Als er een programma komt dat ze willen zien, kost het meer moeite via internet te kijken dan een televisietoestel aan te zetten. Hebben ze een favoriet programma gemist, dan is internet wel handig om het alsnog te bekijken.

Ik denk dat tieners gewoon op de tijdstippen naar de tv kijken maar als ze iets hebben gemist dan toch nog gewoon op internet kijken. Maar als je de volgende dag op internet kijkt heb je het al van een ander gehoord en dan is het niet leuk meer.

Ryan, 2 vwo

Een aantal ondervraagde tieners bleek wel aan het 'altijd online' beeld te voldoen, zoals Francisca. Al streepte ze 'altijd' door om daarvoor in de plaats elke dag te schrijven, dus waarschijnlijk is ze nog niet '24/7 online'.

Ik ben eigenlijk wel altijd elke dag op het internet. Is het niet op de computer, dan is het wel via mijn telefoon. Ik zelf kijk wekelijks programma's op het internet. Als ik een programma gemist heb, of als ik niks te doen heb ga ik afleveringen kijken (verslavend hoor).

Francisca, 4 havo

2.3 Het opzoeken van praktische informatie

Tieners zoeken op internet vooral naar praktische informatie over muziek en films (tabel 2.1). Met praktische informatie bedoelen we hier zaken als wie treedt waar op of welke films draaien in de bioscoop, welke nummers staan op de laatste cd of welke filmsterren spelen in een bepaalde film. Het bekijken, beluisteren en downloaden van onder andere muziek en films komt in de volgende paragraaf aan bod.

Twee derde van de ondervraagde tieners zoekt (soms of vaak) iets op over muziek en ruim drie op de vijf jongeren zoekt iets op over films (tabel 2.1). Ook zoekt een derde wekelijks iets op over gebeurtenissen uit de geschiedenis. Het minst zoeken jongeren iets op over toneel, al zegt 15% soms en 3% vaak iets over toneel op te zoeken. Aangezien er bij deze vraag geen onderscheid gemaakt is naar het gebruik voor school versus het gebruik in de vrije tijd komt, kan het zijn dat een deel van de scholieren informatie ten behoeve van opdrachten voor school opzoekt en niet zozeer uit eigen belangstelling. Meisjes en vwo'ers tonen over het algemeen meer belangstelling voor cultuur dan jongens respectievelijk vmbo'ers (tabel 2.2). Vooral over de meer traditionele kunstvormen (dans en toneel) zoeken meer meisjes dan jongens informatie op, maar ook bij televisie en muziek is een onderscheid te zien. Meisjes en hoger opgeleiden zijn overigens de groepen die ook offline meer participeren in cultuur (zie hoofdstuk 5).

De positieve samenhang tussen opleidingsniveau en een grotere online interesse voor cultuur gaat niet op voor dans. Hier zoeken meer havoleerlingen dan zowel vmbo- als vwo-leerlingen informatie op internet over op. De interesse voor dans is onder jongeren van Turkse en Surinaamse/Antilliaanse herkomst groter dan onder jongeren van Marokkaanse herkomst of autochtonen. Deze eerste twee genoemde groepen beoefenen in hun vrije tijd dan ook iets vaker een hobby gerelateerd aan dans (bv. streetdance, breakdance, stijldans, ballet of moderne dans). Ook over tv-programma's zoeken meer jongeren van Turkse en Surinaamse of Antilliaanse origine informatie op dan de andere twee groepen.

Tabel 2.2

Onderwerpen op internet waar leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar zoeken, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; soms of vaak)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
muziek (cd's/musici/concerten)	69	64	73	62	72	73	69	60	61	67
televisie (programma's/sterren/soaps)	66	59	73	58	69	74	66	62	80	80
films	61	61	61	51	66	68	60	56	70	63
gebeurtenissen uit de geschiedenis	34	37	32	20	39	49	32	33	51	42
dans	26	10	40	25	29	23	24	24	39	34
toneel	18	9	25	11	22	22	18	16	9	20
(n)	1569	735	834	574	601	385	1183	55	69	60

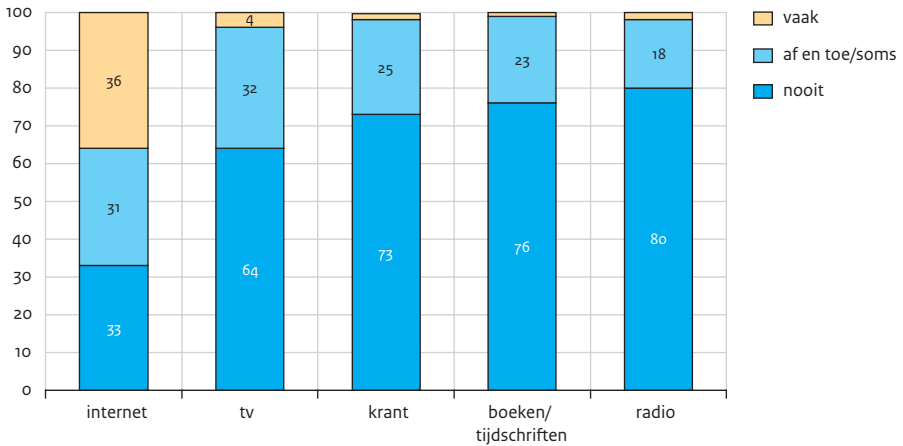
Bron: SCP (ICTS'08)

Opzoeken van informatie over bioscopen en musea

Internet is een van de belangrijkste informatiebronnen voor jongeren. Zij besteden inmiddels zelfs meer tijd per dag aan internet dan aan televisiekijken (Huysmans et al. 2006). De tijd die tieners aan het lezen van kranten, tijdschriften en boeken besteden, is al geruime tijd aan het dalen (Van den Broek et al. 2009). Iedere nieuwe generatie jongeren leest weer minder dan de voorgaande (Huysmans et al. 2006; Huysmans en De Haan 2010). De opmars van internet heeft de relatieve aantrekkelijkheid van de verschillende informatiebronnen veranderd. Door het zoekgemak en de oneindige hoeveelheid informatie begint internet voor tieners uit te groeien tot het dominante informatiemedium. Tieners gebruiken internet het meeste om praktische informatie te verkrijgen over musea en bioscopen (figuur 2.3 en 2.4). De televisie is wel nog steeds een belangrijke informatiebron; via de televisie komt 36% van de tieners soms of vaak aan informatie over musea. Voor het opzoeken van informatie over de bioscoop gebruikt een iets kleinere groep de televisie (27%). Jongeren denken waarschijnlijk aan trailers van films en spotjes van of programma's over musea bij de televisie als informatiebron. De gedrukte media worden minder vaak dan internet en tv als informatiebron gebruikt om praktische informatie op te zoeken. De radio is het minst gebruikte medium bij zowel de bioscoop als musea. Internet is dus duidelijk favoriet, maar heeft andere media niet helemaal verdrongen.

Figuur 2.3

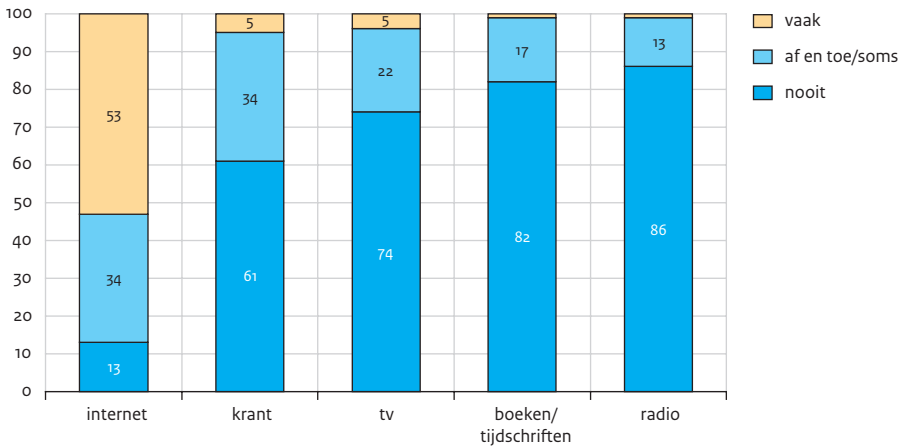
Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar aan informatie over musea komen, 2008 (in procenten; n = 1500)



Bron: SCP (ICTS'08)

Figuur 2.4

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar aan informatie over bioscopen komen, 2008 (in procenten; n = 1482)



Bron: SCP (ICTS'08)

Wie zoeken er informatie op over musea en bioscopen? Van de ondervraagde tieners zoekt 69% wel eens iets op over musea en 90% over de bioscoop (niet in tabel). Over musea zoeken meer meisjes (72%) dan jongens (66%) wel eens informatie op (niet in tabel). Dit geeft wederom de grotere interesse in cultuur onder meisjes aan. Het opzoeken van informatie over musea doen zij vooral via internet, krant en boeken/tijdschriften meer dan jongens (tabel 2.3). Bij radio en tv is er nauwelijks verschil tussen de ondervraagde meisjes en jongens. De tv is wel populairder onder vmbo'ers. De krant en het internet worden daarentegen meer door vwo'ers gebruikt, zij lezen dan ook vaker de krant dan lager opgeleiden (zie tabel 2.1). Boeken of tijdschriften zijn voor de ondervraagde havoleerlingen vaker informatiebron dan voor de iets hoger en iets lager opgeleiden. Naar etnische herkomst zijn er geen verschillen (niet in tabel).

Tabel 2.3

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar informatie opzoeken over musea, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; af en toe, soms of vaak)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
internet	67	63	70	59	68	75
krant	27	23	30	23	28	30
tv	36	35	37	40	35	31
boeken/tijdschriften	24	17	29	19	28	25
radio	20	19	20	23	19	17
(n)	1500	692	808	547	570	375

Bron: SCP (ICTS'08)

Voor het opzoeken van praktische informatie over de bioscoop is een vergelijkbaar patroon naar geslacht en opleidingsniveau te zien (niet in tabel), maar er is wel een verschil naar etnische achtergrond (niet in tabel). De krant blijkt voor een groter deel van de autochtone jongeren een bron van informatie voor de bioscoop te zijn dan voor jongeren met een niet-westerse herkomst (resp. 41% en 15%). Zoals al eerder bleek, lezen autochtone jongeren vaker de krant dan andere groepen.

2.4 Het bekijken, beluisteren en opzoeken van culturele content

Jongeren gebruiken internet niet alleen om zich te informeren over een brede hoeveelheid onderwerpen, het wordt tevens (en wellicht voornamelijk) gebruikt voor vermaakdoeleinden. De hoeveelheid muziek en films die is te downloaden groeit en er komen steeds meer mogelijkheden om via *online streaming* naar muziek te luisteren en naar films of clips te kijken. YouTube heeft zich in korte tijd ontwikkeld tot een van de best bezochte sites wereldwijd. Voor wie geïnteresseerd is in kunst of cultureel erfgoed is er op internet ook steeds meer beeldmateriaal beschikbaar. Zo kunnen virtuele tours

door musea gemaakt worden en kunnen schilderijen uit de collectie op museumwebsites bekeken worden. Binnen vele culturele instellingen wordt gewerkt aan het virtueel aanbieden van audiovisueel materiaal. Soms probeert men op deze manier publiek naar de instellingen te trekken en soms heeft het tot doel bij te dragen aan kennisdeling zonder dat de gang naar de instelling daaraan gekoppeld hoeft te zijn. Cultuurinstellingen zoals de Centrale Discotheek Rotterdam (CDR) en het Nederlands Fotomuseum hebben een breed aanbod aan materiaal en stellen dit op verschillende manieren digitaal beschikbaar. Op de site van het Fotomuseum staan talloze artikelen, filmpjes, een enorme fotografendatabase en hele dossiers om door te spitten. Vermaak lijkt hier minder de lading van de beleving te dekken, daarvoor spelen schoolopdrachten of persoonlijke ontplooiing een te grote rol. Een deel van de jongeren beschouwt overigens het bekijken van bijvoorbeeld een online fototentoonstelling als vermaak. In deze paragraaf bespreken we hoe jongeren internet gebruiken om films te bekijken, muziek te luisteren en kennis te maken met verschillende vormen van podiumkunst.

Film

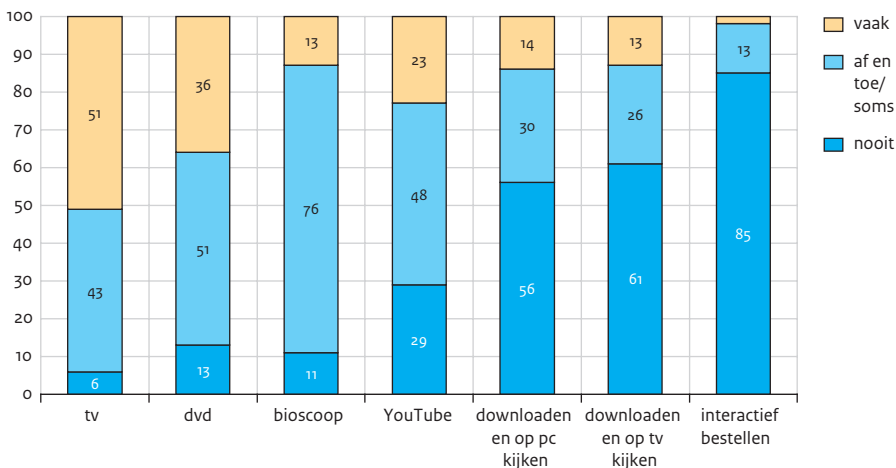
Met de opkomst van de computer, met name van breedbandinternet, is het aantal manieren om film te kijken sterk uitgebreid. De mogelijkheden zijn bovendien bijna niet meer uit elkaar te houden. Iemand kan een film binnenhalen via internet en deze op de computer kijken, maar ook op de televisie of op een mobiele telefoon. Tevens is het mogelijk dvd's via de pc te kijken of de beelden vanaf de pc naar de tv te sturen.

Onder jongeren is in 2008 de televisie nog steeds het meest gebruikte medium om film te kijken (figuur 2.5). De helft van de tieners kijkt vaak een film op tv en slechts 6% zegt dit nooit te doen. Na de televisie kijken tieners vooral films op dvd's, op de derde plaats volgt de bioscoop. De frequentie van bioscoopbezoek is begrijpelijk wat minder hoog dan bij film kijken via televisie en op dvd; een bioscoopkaartje is duurder dan het huren van een dvd en dan televisiekijken. Een iets kleiner deel van de jongeren kijkt op YouTube films. Een mogelijk nadeel van YouTube is dat er een maximum lengte aan de filmpjes zit, waardoor films in delen moeten worden bekeken en de kwaliteit lager is. Toch kijkt een grotere groep vaker naar films via YouTube dan in de bioscoop. Wederom gaat hier mogelijk de verklaring op dat de bioscoop geld kost terwijl films via YouTube gratis toegankelijk zijn.

Een film downloaden en deze vervolgens op de computer of op tv bekijken, deed in 2008 een minderheid van de jongeren. Het downloaden kostte in 2008 mogelijk nog veel tijd en vergt enige digitale vaardigheden. De tieners die films downloaden en deze via de tv bekijken en de tieners die gedownloade films via de computer bekijken, zijn voor een groot deel dezelfde tieners. Een film interactief bestellen deed in 2008 maar een klein deel van de jongeren; 15% zegt dit wel eens gedaan te hebben. Hiervoor is dan ook een interactief abonnement nodig, wat ten tijde van het onderzoek nog niet heel gebruikelijk was.

Figuur 2.5

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar films kijken via verschillende media, 2008 (in procenten; n = 1398)



Bron: SCP (ICTs'08)

Wanneer we kijken naar de groep die films kijkt, dan is te zien dat jongens veel meer op de computer en internet georiënteerd zijn dan meisjes. Jongens kijken en downloaden vaker films op het internet. Meisjes maken vaker gebruik van de oudere media (tv, dvd en bioscoop; tabel 2.4). Ditzelfde patroon is te zien bij opleiding: lager opgeleiden kijken vaker via internet films, terwijl hoger opgeleiden eerder via tv, dvd of in de bioscoop een film kijken. Tieners van Turkse herkomst lijken minder films te kijken dan de andere groepen. Bij alle media geven zij in vergelijking met de andere groepen, minder vaak aan een film te kijken. Tieners van Marokkaanse herkomst zijn vaak gericht op computer en pc, net als de tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst. Deze laatste groep heeft zoals eerder bleek vaker een pc met internetverbinding op de eigen kamer, waardoor zij mogelijk ongestoord films kunnen downloaden en kijken. Van de tieners van Marokkaanse en Surinaamse of Antilliaanse herkomst bestelt dan ook een groter deel wel eens interactief een film bij een kabelaanbieder.

Tabel 2.4

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar films kijken, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; af en toe, soms of vaak)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
tv	94	90	97	91	94	97	94	82	98	92
dvd	87	81	93	82	90	91	88	80	87	86
bioscoop	90	85	93	86	91	93	90	75	92	94
YouTube	71	74	69	76	71	65	70	75	89	78
downloaden en kijken op pc	44	57	33	48	44	40	42	42	68	57
downloaden en kijken op tv	38	48	30	43	36	36	39	28	44	45
interactief bestellen bij kabelaanbieder	15	18	13	19	14	13	14	16	26	29
(n)	1398	639	759	497	535	359	1058	50	61	51

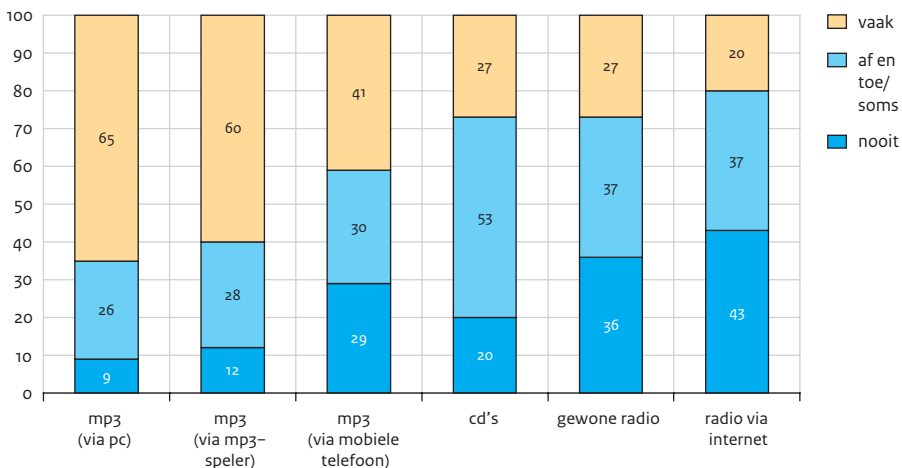
Bron: SCP (ICTS'08)

Muziek

Net als bij het kijken naar een film zijn er meerdere manieren om naar muziek te luisteren. Heeft bij film de computer nog niet de televisie ingehaald, naar muziek luisteren de ondervraagde jongeren wel meer via de pc dan via de gewone radio (figuur 2.6). Negen op de tien jongeren luisteren naar mp3's op de computer, terwijl 64% van de jongeren wel eens naar muziek op de gewone radio luistert (dus niet via internet). Ook het gebruik van mp3-spelers is in trek; bijna net zoveel jongeren luisteren hierop muziek als via de pc. Via de mobiele telefoon gebeurt dat een stuk minder vaak, al doet nog steeds een grote meerderheid van de jongeren dit. De cd is op zijn retour en wordt niet meer zo frequent gebruikt; nog maar een kwart van de tieners zegt vaak naar een cd te luisteren en 20% doet dit in het geheel niet. In 2008 is de gewone radio nog altijd populairder dan internetradio, al scheelt het niet veel.

Figuur 2.6

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar muziek luisteren via verschillende media, 2008 (in procenten; n = 1404)



Bron: SCP (ICTS'08)

Meisjes luisteren vaker dan jongens naar muziek via de pc, mp3-speler, cd of gewone radio (tabel 2.5). Een groter deel van de jongens luistert naar de radio via internet. Mp3's luisteren via de mobiel doet een even groot deel van de meisjes en jongens. Dit laatste doen meer vmbo'ers dan de wat hoger opgeleide tieners; hoger opgeleiden luisteren vaker muziek via de pc, via een mp3-speler en via de gewone radio dan de laagopgeleide tieners. Ook naar etnische herkomst zijn verschillen te zien; zo is het luisteren van liedjes op de mobiele telefoon populairder onder tieners van niet-westerse herkomst dan onder autochtone tieners. Deze laatste groep luistert vaker naar de gewone radio.

Tabel 2.5

Manieren van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar om muziek te luisteren, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; af en toe, soms of vaak)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
mp3 via pc	91	89	93	80	93	91	92	84	92	94
mp3 via speler	88	85	91	85	89	91	88	82	95	88
mp3 via mobiel	71	71	71	82	70	57	68	82	95	73
cd	80	71	87	76	82	81	80	79	78	84
gewone radio	64	61	67	54	68	73	70	44	23	45
internet radio	57	59	55	54	60	57	60	41	43	57
(n)	1404	646	758	504	531	361	1062	50	61	50

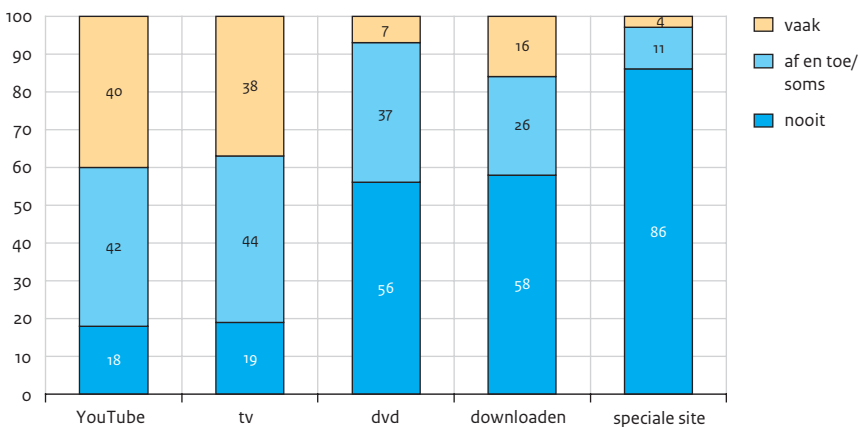
Bron: SCP (ICTS'08)

Clips en concerten

Het bekijken van muziekclips of concerten doen de meeste jongeren via YouTube en de televisie (zie figuur 2.7). Slechts 18% respectievelijk 19% van de ondervraagden kijkt nooit naar clips via YouTube en de tv. Opmerkelijk genoeg wordt YouTube ongeveer net zo vaak gebruikt als de tv, waaronder ook populaire muziekzenders als MTV en TMF vallen. Minder dan de helft van de jongeren kijkt een clip of concert op dvd of download deze van internet. Een speciale site opzoeken, bijvoorbeeld het (begin 2009 gestopte) fabchannel.com, waar het mogelijk was concerten te bekijken, is weinig in trek. YouTube blijkt toch het makkelijkst en meest toegankelijk te zijn.

Figuur 2.7

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar via verschillende media clips of concerten kijken, 2008 (in procenten; n = 1402)



Bron: SCP (ICTS'08)

Clips en concerten bekijken meisjes vaker via zowel YouTube, tv als dvd (tabel 2.6). Het downloaden en op websites bekijken van concerten en muziekclips doen jongens juist vaker. Meisjes blijken wederom meer op de oude media gericht te zijn dan jongens. Ook lager opgeleiden downloaden en bekijken clips en concerten online en op dvd vaker dan de wat hoger opgeleide tieners. YouTube en de televisie zijn onder alle drie de opleidingsgroepen favoriet. Een vergelijking van de verschillende achtergronden van de tieners laat zien dat tieners van Surinaamse en Antilliaanse herkomst via alle media vaker naar concerten en clips kijken, vooral in vergelijking met tieners van Turkse komaf. Zoals vaker in dit rapport naar voren komt, zijn Surinaamse en Antilliaanse jongeren in vergelijking met de andere groepen meer geïnteresseerd en in hun vrije tijd meer bezig met muziek.

Tabel 2.6

Manieren van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar om naar clips of concerten te kijken, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; af en toe, soms of vaak)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
YouTube	82	79	85	81	83	83	82	76	84	92
tv	81	75	86	81	83	80	82	74	81	88
dvd	44	40	47	46	47	38	45	35	40	53
downloaden	42	48	37	47	42	37	42	35	42	50
website	14	21	8	19	12	11	14	10	13	19
(n)	1402	643	759	499	536	359	1059	50	62	50

Bron: SCP (ICTS'08)

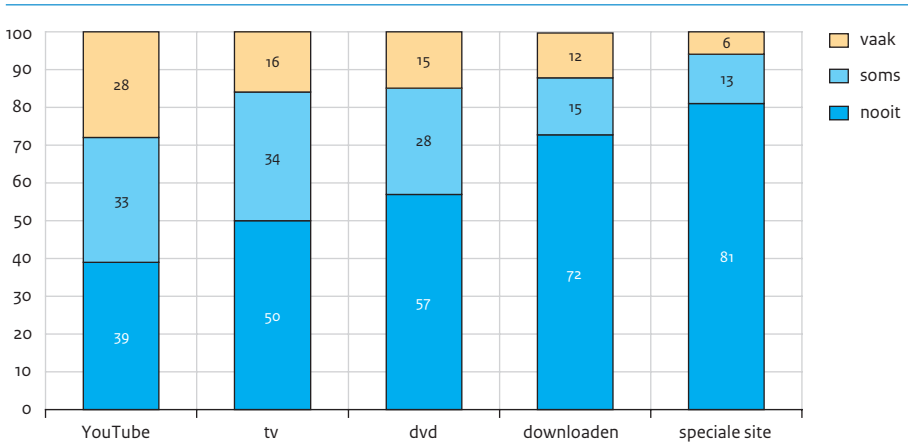
Cabaret, toneel en dans

Het bekijken van filmpjes over cabaret, toneel en dans is minder populair dan het bekijken van clips en concerten (figuur 2.8; vgl. figuur 2.7). De volgorde van populariteit van de verschillende media om filmpjes van cabaret, toneel of dans te kijken, komt wel overeen met de manieren waarop tieners clips en concerten kijken. YouTube is wederom het meest populair en lijkt door de toegankelijkheid de drempel om culturele filmpjes te bekijken flink te verlagen. Het aanbod is dan ook gigantisch en het is makkelijk om te surfen en via links van filmpje naar filmpje te klikken. Vooral cabaret leent zich prima voor korte fragmenten op YouTube, er zijn talloze filmpjes te vinden van cabaretiers die ook onder jongeren erg populair zijn zoals Najib Amhali, Hans Teeuwen en Jochem Myjer. Via de tv kijkt de helft van de ondervraagde tieners soms of vaak naar filmpjes over cabaret, toneel of dans. Downloaden doet 27% van de tieners wel eens. Speciale websites zoals cabaret.nl of variatee.vara.nl zijn het minst populair.

YouTube en de tv worden door meer meisjes en hoger opgeleide tieners gebruikt om culturele filmpjes te kijken (tabel 2.7). Net als bij clips en concerten downloaden jongens meer dan meisjes filmpjes. Naar etnische achtergrond van de jongeren bestaan geen verschillen (niet in tabel).

Figuur 2.8

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar filmpjes over cabaret, toneel of dans kijken via verschillende media, 2008 (in procenten; n = 1342)^a



a De vraagstelling wijkt hier af van de vorige drie thema's films, muziek en clips of concerten. Hier is jongeren gevraagd op welke manier zij in de vrije tijd kijken naar filmpjes over cabaret, toneel of dans. Zij konden als antwoord 'nooit', 'soms' of 'vaak' antwoorden. Bij films, muziek en clips of concerten is niet specifiek naar het luisteren en bekijken hiervan in de vrije tijd gevraagd, waardoor de percentages daar mogelijk wat hoger zijn. Daarnaast waren er bij de drie laatstgenoemde vragen vier antwoordmogelijkheden, te weten 'nooit', 'af en toe', 'soms' en 'vaak'.

Bron: SCP (ICTS'08)

Tabel 2.7

Manieren van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar om filmpjes over cabaret, toneel of dans te kijken, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; soms of vaak)^a

	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
YouTube	56	65	52	64	68
tv	45	54	41	51	59
dvd	40	45	41	44	45
downloaden	34	22	28	28	26
website	20	18	19	17	22
(n)	616	736	476	509	439

a De vraagstelling wijkt hier af van de vorige drie thema's films, muziek en clips of concerten. Hier is jongeren gevraagd op welke manier zij in de vrije tijd kijken naar filmpjes over cabaret, toneel of dans. Zij konden als antwoord 'nooit', 'soms' of 'vaak' antwoorden. Bij films, muziek en clips of concerten is niet specifiek naar het luisteren en bekijken hiervan in de vrije tijd gevraagd, waardoor de percentages daar mogelijk wat hoger zijn. Daarnaast waren er bij de drie laatstgenoemde vragen vier antwoordmogelijkheden, te weten 'nooit', 'af en toe', 'soms' en 'vaak'.

Bron: SCP (ICTS'08)

2.5 Culturele websites en websites van culturele instellingen

Er bestaan op internet vele sites voor informatie over cultuur, bijvoorbeeld op themasites over specifieke onderwerpen, maar ook op websites van culturele instellingen. Zo is het mogelijk om muziekfragmenten te beluisteren, video te kijken of zelf op allerlei manieren betrokken te raken bij culturele activiteiten. De vraag is alleen of het publiek wel van het bestaan van deze culturele sites weet en of ze de site wel eens bezoeken. Tot nu toe bleken tieners de speciale sites over concerten of cabaret maar weinig te gebruiken. Bezoeken jongeren andere culturele websites wel regelmatig? Vervolgens kijken we naar wat tieners belangrijke mogelijkheden vinden op websites van culturele instellingen. Zijn er bepaalde aan content gerelateerde toepassingen die volgens tieners belangrijk zijn op websites van culturele instellingen?

Culturele websites

We hebben vijftien culturele websites aan de tieners voorgelegd met de vraag of zij er wel eens van gehoord hebben en of ze deze wel eens bezoeken. De websites hebben verschillende mogelijkheden om culturele content te verkrijgen, variërend van het terugkijken van televisie-uitzendingen (uitzendinggemist.nl) en het luisteren van radio (livewebradio.nl) tot lesprogramma's over architectuur en vormgeving (spacesoup.nl). Met de bekendheid van sites die voornamelijk met school te maken hebben, is het een stuk beter gesteld dan met de sites die met cultureel erfgoed te maken hebben (tabel 2.8). Sites die met televisie te maken hebben, zijn het meest bekend onder tieners. Zo heeft ruim driekwart wel eens van uitzendinggemist.nl gehoord en bezoekt 40% deze site wel eens. Omroep.nl staat op derde plaats en vanaf nummer vier (teleblik.nl) neemt de bekendheid snel af. Bij de site nederland.fm, een aanbieder van verschillende radiozenders, valt op dat van degenen die de site kennen, de helft deze ook wel eens gebruikt. Bij de andere websites ligt de verhouding schever en bezoekt een kleiner deel van de tieners die de site kennen, ook daadwerkelijk de website. Van de websites die met cultureel erfgoed te maken hebben is cultuurplein.nl de meest bekende: 19% heeft er wel eens van gehoord, en 2% komt er wel eens. De overgrote meerderheid van de tieners heeft echter nog nooit van de websites gehoord en nog minder heeft de sites ook daadwerkelijk bezocht. De website spacesoup.nl, een website over architectuur en vormgeving speciaal ontwikkeld voor middelbare scholieren, staat helemaal onderaan. Voor de websites die hun naamsbekendheid onder tieners willen vergroten, ligt er dus nog een flinke taak te wachten.

[Uitzendinggemist.nl](http://uitzendinggemist.nl) en kennisnet.nl kennen meisjes en hoogopgeleiden vaker en zij bezoeken deze website ook vaker dan jongens en lager opgeleiden (niet in tabel). [Schoolbieb.nl](http://schoolbieb.nl), cultuurplein.nl en teleblik.nl kennen meisjes vaker, maar de ondervraagde jongens en meisjes hebben deze websites even vaak bezocht. Ook nederland.fm en omroep.nl kennen meisjes vaker, maar jongens bezoeken deze sites vaker. [Cultuurplein.nl](http://cultuurplein.nl), 3voor12.nl, last.fm, teleblik.nl en de online radioaanbieder nederland.fm hebben meer bekendheid onder hoger opgeleiden en worden door deze tieners vaker bezocht. Bij de websites waar een verschil te zien is tussen de verschillende etnische groepen, valt op dat tieners van Marokkaanse herkomst deze sites vaker kennen dan de andere groepen. Zo kennen de ondervraagde tieners van Marokkaanse herkomst schoolbieb.nl, omroep.nl

nl, spacesoup.nl en teleblik.nl vaker en bezoeken zij deze websites meer. Opvallend is ook dat een groot deel van de Marokkaanse tieners de website geheugenvannederland.nl kent en bezoekt, terwijl Nederlandse jongeren deze website het minst vaak kennen. Cultuurplein.nl en nederland.fm kennen de tieners met een Nederlandse achtergrond het vaakst en in vergelijking met de andere groepen heeft een groter deel van hen deze website bezocht.

Tabel 2.8

Bekendheid met websites, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008
(in procenten; n = 1479)

	nooit van gehoord	ken ik alleen van naam	bezoek ik wel eens
uitzendinggemist.nl (televisie)	25	36	40
kennisnet.nl (school)	26	52	22
omroep.nl (televisie/muziek)	52	40	7
teleblik.nl (school)	70	24	6
schoolbieb.nl (school)	70	25	5
nederland.fm of livewebradio.nl (muziek)	76	12	12
3voor12.nl (muziek)	76	19	5
cultuurplein.nl (cultureel erfgoed)	81	17	2
muziekweb.nl/cdr.nl (muziek)	81	15	4
last.fm (muziek)	83	11	6
museumkennis.nl (cultureel erfgoed)	87	10	3
fabchannel.com (muziek)	90	8	2
geheugenvannederland.nl (cultureel erfgoed)	91	6	2
sellaband.com (muziek)	92	6	2
fonos.nl (muziek)	93	5	2
spacesoup.nl (school)	93	5	2

Bron: SCP (ICTs'08)

Websites van culturele instellingen

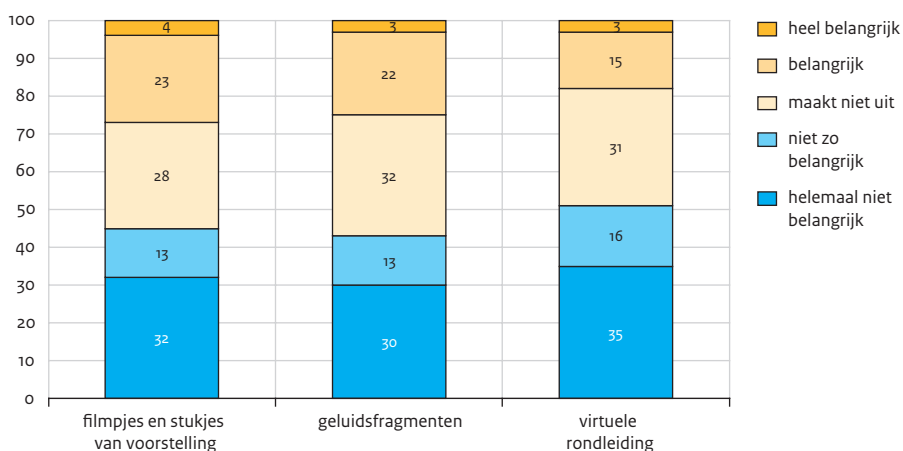
Sommige instellingen zijn niet voor het online beschikbaar maken van content, vanwege de angst voor dalende bezoekerscijfers. Een aantal (grote) musea heeft ervoor gekozen om wel hun collectie op een fotosite als Flickr te zetten, in Nederland bijvoorbeeld het Nationaal Archief. Zij zijn lid van 'Flickr the Commons', een pagina waarop vele musea, galleries en archieven over de hele wereld hun stukken ontsluiten. Gebruikers wordt gevraagd aanvullende informatie te geven en 'tags' toe te voegen. Het Rijksmuseum heeft de 'rijkswidget' ontwikkeld. Hiermee kan men elke dag een ander kunstwerk uit de collectie van het museum zien. De applicatie kan worden toegevoegd aan een sociale netwerksite, een desktop en op een iPhone worden gedownload.¹ Kleinere instellingen volgen, soms op grote afstand.

Voor de meeste tieners maakt het niet uit of instellingen filmpjes en stukjes van voorstellingen, geluidsfragmenten of virtuele rondleidingen op hun website hebben staan

(figuur 2.9). Van deze drie soorten content die culturele instellingen als theaters en bioscopen kunnen aanbieden, vinden tieners filmpjes en stukjes van voorstellingen het belangrijkste. 27% van de tieners vindt dit (heel) belangrijk. Een vrijwel even groot aandeel vindt geluidsfragmenten belangrijk. Van de ondervraagde tieners vindt 18% de mogelijkheid om het museum virtueel te kunnen bekijken (heel) belangrijk.

Figuur 2.9

Waarderingen van aan content gerelateerde diensten van culturele instellingen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1354)



Bron: SCP (ICTS'08)

2.6 Wie zoekt culturele informatie op?

In dit hoofdstuk zijn verschillende manieren bekeken waarop jongeren online culturele informatie opzoeken. Hierbij is naar zowel praktische als meer inhoudelijke informatie gekeken. Welke media jongeren gebruiken om culturele content te zoeken en de onderwerpen waar zij culturele informatie over opzoeken verschilt. Waar deze verschillen door veroorzaakt worden, onderzoeken we in hoofdstuk 7. Dit doen we aan de hand van een schaal, waarin de verschillende manieren van content opzoeken samen genomen zijn. Deze schaal geeft aan in welke mate jongeren online participeren op cultureel gebied, met name wat betreft het opzoeken van culturele content. Ook is in de schaal opgenomen het opzoeken van praktische informatie en het opzoeken van meer inhoudelijke informatie.² De schaal gebruiken we hier om te bekijken welke groepen tieners het meeste culturele content opzoeken op het internet.

Overeenkomstig met de bevindingen in dit hoofdstuk, blijkt dat meer meisjes dan jongens content opzoeken (gemiddelden van resp. 5,0 en 4,0). Hier bleek dat op enkele aspecten laagopgeleide tieners online meer cultureel participeren dan hoogopgeleide

tieners; zo kijken vmbo'ers vaker online film en zijn ze actiever in het downloaden van films, clips en concerten. Over het geheel bekeken, waarbij ook het opzoeken van praktische informatie is meegenomen, zijn vwo'ers echter het meest bezig met het verkrijgen van culturele content. Tieners van Turkse herkomst lijken iets minder culturele informatie op te zoeken, vooral in vergelijking met tieners van Marokkaanse en Surinaamse of Antilliaanse herkomst. Vanwege de kleine groepen in dit onderzoek, dienen de verschillen tussen de verschillende etnische groepen voorzichtig te worden geïnterpreteerd.

Tabel 2.9

Online cultuurparticipatie (content), naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar (gemiddelden op schaal 0-9; n = 1586)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
content	4,5	4,0	5,0	3,8	4,8	5,2	4,5	4,0	4,7	4,7
(n)	1453	666	787	523	555	367	1103	49	63	51

Bron: SCP (ICTS'08)

Niet alleen de achtergrondkenmerken van jongeren zijn van invloed op de online cultuurparticipatie, ook de digitale vaardigheden en de omgeving, bijvoorbeeld ouders, vrienden en school, spelen mogelijk een rol. Op de samenhang van de omgeving en de digitale vaardigheden met de online cultuurparticipatie komen we in hoofdstuk 5 terug. In welke mate de achtergrondkenmerken, de digitale vaardigheden en de omgeving een rol spelen onderzoeken we in hoofdstuk 7. De schaal die we hier gepresenteerd hebben voor content, wordt in hoofdstuk 7 als afhankelijke variabele gebruikt in een multivariate analyse. Dit om te achterhalen wat de verschillen in het opzoeken van online culturele content verklaart.

2.7 Slot

Internet is de meest gebruikte manier voor tieners om praktische informatie op te zoeken over culturele instellingen zoals een bioscoop of museum. Hun voorkeuren zijn duidelijk zichtbaar in het zoeken naar culturele onderwerpen op internet: de meerderheid zoekt wel eens naar informatie over muziek of films, maar naar dans en toneel zoekt een kwart of minder. Tieners zoeken vooral informatie over onderwerpen die aansluiten bij hun leefwereld en interesses en doen daarmee op internet hetzelfde als zij in het dagelijks leven doen. De gedachte dat jongeren voorlopers zijn in de digitale wereld en via internet gebruikmaken van oude media, zoals online de krant lezen en online televisiekijken, blijkt voor een deel op te gaan. Tieners doen dit inderdaad, maar het is een kleine groep. Tieners lezen vaker de papieren krant dan nu.nl en regelmatig televisiekijken via internet doet maar een kleine groep. Uitspraken van tieners wijzen

erop dat zij op internet toch vooral bezig zijn met msn'en en andere interesses vervullen. Als ze culturele informatie opzoeken, doen ze dit wel het meest via internet. Ook films kijken doen tieners nog het meest via tv en dvd, en een aanzienlijke groep kijkt via YouTube. Een minderheid kijkt films door deze eerst te downloaden en vervolgens te bekijken op televisie- of computerscherm. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de gegevens de situatie in 2008 weergeven. Gezien de toename in downloadsnelheid is de verwachting dat het downloaden van films de afgelopen twee jaar sterk is toegenomen. De mp3-speler heeft de cd ruimschoots ingehaald en ook de radio legt het af tegen de mp3-speler. Wel is onder tieners de gewone radio nog altijd populairder dan radio via internet. Clips en concerten worden vooral via YouTube gekeken en dat geldt ook voor filmpjes over cabaret, toneel en dans. YouTube blijkt een sterke speler in de wereld van vermaak voor tieners. Kijkend naar de verschillende groepen, blijkt dat meisjes iets meer dan jongens gericht zijn op de traditionele media. Over het geheel gezien, zoeken meer meisjes dan jongens naar culturele content en meer hoogopgeleiden dan laagopgeleiden. Tussen de verschillende etnische groepen bestaan geen verschillen. Tot slot genieten de vele culturele website maar weinig bekendheid onder de tieners. Voor bijna alle genoemde websites geldt dat een ruime meerderheid er nog nooit van heeft gehoord. Vooral websites over cultureel erfgoed zijn nauwelijks bekend bij tieners en worden door deze groep nog minder bezocht. Om bezoekers te trekken, plaatst een deel van de culturele instellingen muziekfragmenten, filmpjes en soms zelf virtuele rondleidingen op hun website. Het merendeel van de jongeren vindt dit niet belangrijk.

Noten

- 1 <http://www.rijksmuseum.nl/widget?lang=nl>
- 2 De verschillende items vormen samen een schaal met een betrouwbaarheid (alpha) van .75.

3 Contact: online communicatie

3.1 Tweets, tags, tieners en kunst

@mduimel *ben benieuwd of je al aansprekende web 2.0 voorbeelden gevonden hebt.* 6:23 pm Feb 5th from web.

Theater Diligentia in Den Haag twittert deze vraag, nadat een van de auteurs van dit rapport een dag eerder op internet een berichtje heeft gepost dat zij op zoek is naar web 2.0 voorbeelden uit de culturele sector.¹ Naast het beantwoorden van vragen laat Diligentia via tweets weten wat er speelt in het theater en geeft kijkjes achter de schermen ('Technici van Acda & De Munnik zijn gearriveerd, opbouwen voor drie voorstellingen (3, 4 en 5 maart) gaat zometeen beginnen. 10:26 AM Feb 3rd from web'). Ook het Nationaal Archief twittert, net als het Duisburger Philharmoniker en het Museum of Modern Art, om maar een greep te doen. Het zijn culturele instellingen die gebruikmaken van de nieuwe ontwikkelingen op internet om met hun (potentiële) publiek in contact te treden.

Onder jongeren zijn sociale netwerksites, e-mail en *instant messaging* (IM) populair om contacten te leggen en te onderhouden. De meest populaire sociale netwerksite in Nederland is Hyves (voor meer informatie over sociale netwerksites zie hoofdstuk 4). Het meest gebruikte IM-programma in Nederland is Windows Live Messenger (voorheen MSN-Messenger; Duimel en De Haan 2007). Een andere manier om online contacten te onderhouden of te leggen is via fora of chatboxen. Dit zijn vaak op een bepaald onderwerp gerichte websites, waar mensen reacties kunnen plaatsen of met elkaar online kunnen communiceren over bepaalde onderwerpen. Msn en sociale netwerksites worden veelal gebruikt om contact met vrienden en bekenden te hebben; via fora en chatrooms is het mogelijk om anoniem contact te hebben of contact met onbekenden (Subrahmanyan et al. 2006). Fora en chatrooms zijn georganiseerd rond bepaalde thema's en worden gebruikt om te communiceren over deze onderwerpen en interesses.

In het vorige hoofdstuk bleek dat jongeren vooral informatie opzoeken over films, muziek en televisie en in veel mindere mate over de meer traditionele cultuurvormen als dans en toneel. Mogelijk gaan (online) gesprekken met vrienden, familie of onbekenden ook weinig over de traditionele cultuurvormen en wederom over populaire cultuur als muziek en films. In dit hoofdstuk onderzoeken we de mate waarin jongeren zowel online als offline over cultuur praten en over welke onderwerpen zij communiceren. Naast het praten over culturele instellingen en evenementen, hebben jongeren ook contact met deze instellingen, bijvoorbeeld bij het bestellen van toegangskaarten. Daarom komt ook het online bestelgedrag van jongeren aan bod: in welke mate bestellen zij producten als toegangskaarten, muziek, films en boeken online?

3.2 Communicatie

Jongeren communiceren veel met elkaar: op het schoolplein, na schooltijd, maar natuurlijk ook op internet. In de tijd dat jongeren met elkaar praten, in het echt of online, hebben ze het ook over culturele onderwerpen. Het online met elkaar communiceren van tieners verloopt, zoals eerder gezegd, waarschijnlijk vooral via MSN en Hyves. Dat is voor hen een normale manier om gesprekken te voeren. De online communicatie lijkt grotendeels te gaan over de interesses uit het dagelijks leven. Zo bestaat de top drie uit tv-programma's, films en muziek (figuur 3.1). Naast aansluiting bij interesses en de leefwereld, zijn dit ook meer algemene en brede gespreksonderwerpen, in tegenstelling tot bijvoorbeeld klassieke concerten. Dat jongeren voornamelijk spreken over interesses die aansluiten bij het dagelijks leven, blijkt uit de uitspraak van een leerling:

Ik heb het op internet over dingen die mij interesseren. En dat kan ook over cultuur gaan.

Het foute beeld is ontstaan dat het op MSN nergens over gaat. Soms is dat natuurlijk wel zo, maar over het algemeen gaat het gewoon over dingen waar je normaal ook met iemand over zou praten. Als ik een leuke film heb gezien, dan vertel ik dat aan mensen.

Rosa, 3 vmbo

Een uitspraak van een scholier laat zien hoe het praten over cultuur inhoudelijk vorm kan krijgen:

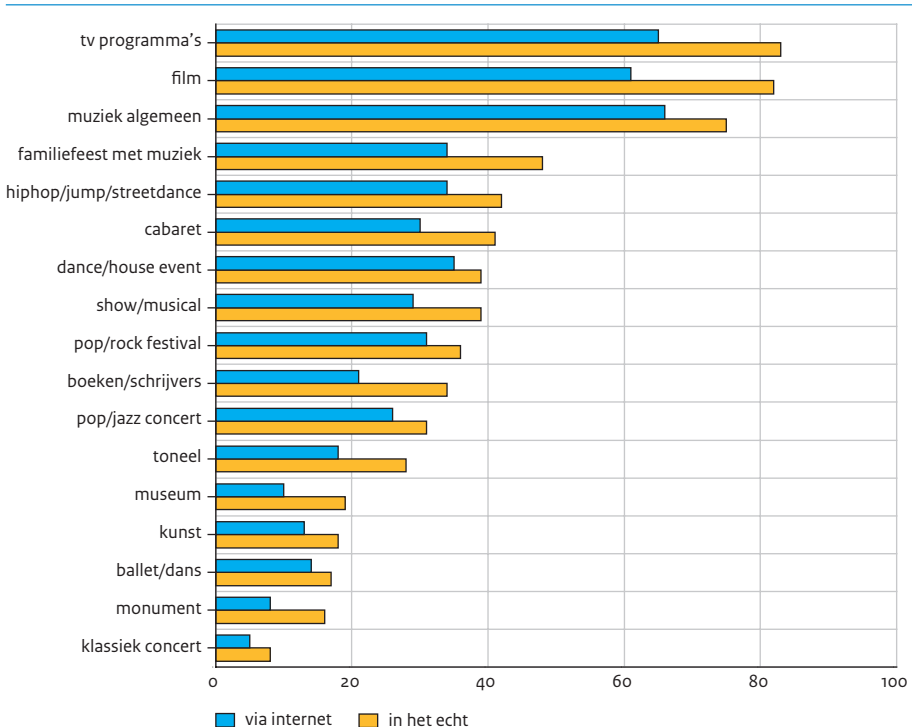
Als ik het op internet over culturele onderwerpen heb gaat het meestal over welke film ik heb gezien en wat ik er van vond. En met muziek dan zeg ik wel eens: 'dit is een goed nummer die moet je echt luisteren'. En vaak kan muziek ook beschrijven wat je voelt want als je niet goed voelt luister je meestal iets treurigs, en daar heb je het dan later weer over.

Gabriella, 3 vmbo

Overigens spreken jongeren over alle onderwerpen vaker in het echt dan via internet (figuur 3.1), wat goed te zien is bij de onderwerpen tv-programma's en films. Het verschil hiertussen is bij muziek veel kleiner, evenals bij veel onderwerpen die met muziek te maken hebben (dance of house event, pop- of rockfestival, pop of jazzconcert, maar ook bij ballet en dans). Tieners die in muziek geïnteresseerd zijn, lijken hiermee zowel online als in het dagelijks leven meer bezig te zijn. Verder leent muziek zich goed voor online gesprekken, doordat het redelijk eenvoudig is om elkaar muziekfragmenten via internet te sturen of links naar websites waar leuke muziek is te vinden. Musea, monumenten en toneelvoorstellingen zijn als gespreksonderwerp minder geliefd, deze culturele evenementen passen minder goed bij de jeugdcultuur. Cabaret wint aan populariteit onder jongeren, het bezoek hieraan van tieners is de afgelopen jaren gestegen (Van den Broek et al. 2009).

Figuur 3.1

Communicatie over culturele onderwerpen via internet en in het echt door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; praat soms of vaak over ...; n = 1411)



Bron: SCP (ICTS'08)

Vanwege het grote aantal gespreksonderwerpen waar de jongeren naar gevraagd is, bespreken we hier alleen de belangrijkste uitkomsten van de analyses naar achtergrondkenmerken. Weergegeven zijn die drie culturele activiteiten waarbij de duidelijkste verschillen tussen de groepen te zien zijn (tabel 3.1).

Gelijk aan het daadwerkelijk bezoek, voeren ook in de communicatie over culturele onderwerpen de meisjes de boventoon (niet in tabel). Veel meer meisjes dan jongens praten in het echt en op internet over de meeste van de genoemde onderwerpen, en weer met name over toneel, dans, en show en musical (zie tabel 3.1), maar ook bij boeken en schrijvers en bij kunst is het verschil groot. Alleen over cabaret en toneel communiceren meer jongens dan meisjes via het internet. Meisjes praten daarentegen in het echt vaker over toneel (tabel 3.1). Ook gaat voor een groot deel van de culturele instellingen en evenementen het opleidingseffect weer op: hoe hoger tieners opgeleid zijn, hoe meer zij over de verschillende cultuuruitingen praten. Dit effect is het grootst bij monumenten en oude gebouwen, kunst, museum, en boeken en schrijvers. Alleen over ballet en dans communiceert een groter deel van de havoleerlingen dan van de

andere twee opleidingsniveaus. Voor hiphop, jumpen en streetdance geldt dat meer lager dan hoger opgeleiden hierover communiceren.

Bij een meerderheid van de cultuuruitingen zijn er geen verschillen naar etnische herkomst van de tieners. Enkele bevindingen zijn dat de ondervraagde tieners van Turkse origine veel minder over toneel en show en musical spreken in vergelijking met de ondervraagde tieners van andere etnische herkomst (tabel 3.1). Over pop- en rockfestivals en ballet en dans spreken zowel Turkse als Marokkaanse tieners weinig in vergelijking met de andere jongeren (niet in tabel). Van de tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst spreekt een groot deel wel over ballet/dans en net als Turkse tieners, een groot deel over hiphop, jumpen en/of streetdance in vergelijking met de andere groepen (tabel 3.1). Familiefeesten met muziek zijn onder autochtone tieners weinig populair als gespreksonderwerp.

Een interessante constatering is dat de verschillen tussen jongens en meisjes, maar vooral tussen tieners van verschillende opleidingsniveaus door de bank genomen kleiner zijn op internet dan in het echt (tabel 3.1). Dit effect van internet zagen we eerder al bij het lezen van nieuws in de papieren krant versus nieuws lezen op internet (tabel 2.3); op internet worden de verschillen tussen de groepen van verschillende opleidingsniveaus kleiner. Een verklaring is dat laagopgeleiden langer online zijn dan hoogopgeleiden, waardoor zij mogelijk over alles meer met elkaar communiceren en dus ook over cultuur.

Tabel 3.1

Communicatie over culturele onderwerpen in het echt en via internet, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
toneel										
in het echt	28	16	39	19	30	39	29	32	7	28
via internet	18	24	11	14	20	20	19	17	6	21
show/musical										
in het echt	39	19	56	28	43	47	42	29	12	34
via internet	29	14	42	24	31	32	31	21	16	23
hiphop/jump/streetdance										
in het echt	42	35	49	47	43	34	41	32	54	53
via internet	34	28	39	38	35	27	32	21	44	48
(n)	1411	637	775	495	549	361	1073	50	62	52

Bron: SCP (ICTS'08)

Forum

Een forum is een digitale publieke discussiepagina, waarvoor mensen zich kunnen aanmelden en waar zij samenkomen om te discussiëren over een onderwerp dat ze interesseert. Van de jongeren zegt 11% actief te zijn op een forum over het onderwerp muziek en over het onderwerp film, en 9% is lid van een forum over tv-programma's

(tabel 3.2). De bekende top drie van interesses onder tieners weerspiegelt ook hun forumgebruik. Toch is 6% lid van een forum op het gebied van kunst en musea of monumenten. Jongens zijn vaker actief op fora dan meisjes, terwijl zij over het geheel gezien minder online communiceren over culturele interesses. Dit is enigszins opvallend, aangezien meisjes op internet meer bezig zijn met communiceren, terwijl jongens op internet vaker games spelen (De Haan 2010). Een mogelijke verklaring is dat meisjes voornamelijk bezig zijn met 'social small talk', terwijl jongens, als ze online communiceren, meer geïnteresseerd zijn in kennis, wetenswaardigheden en tips. Dit laatste vindt voor een deel mogelijk plaats via fora, terwijl 'small talk' vooral via msn gebeurt.

Tabel 3.2

Actief zijn op een forum van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens meisjes		vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
film	11	16	7	15	8	9	10	11	17	23
muziek	11	16	7	14	10	9	11	13	17	23
tv-programma's	9	13	7	12	8	9	9	13	12	16
dance/house event of										
pop/rock festival	7	10	4	8	7	6	7	4	1	11
dans	7	9	5	9	6	5	7	13	4	10
toneel/cabaret	6	9	4	8	6	4	7	2	3	10
museum/monument	6	9	4	7	5	5	6	7	3	8
kunst	6	8	4	7	5	5	6	4	4	7
boeken/schrijvers	6	7	5	6	7	6	6	7	6	12
(n)	1592	750	842	585	607	309	1198	55	69	61

Bron: SCP (ICTS'08)

3.3 Bestellen

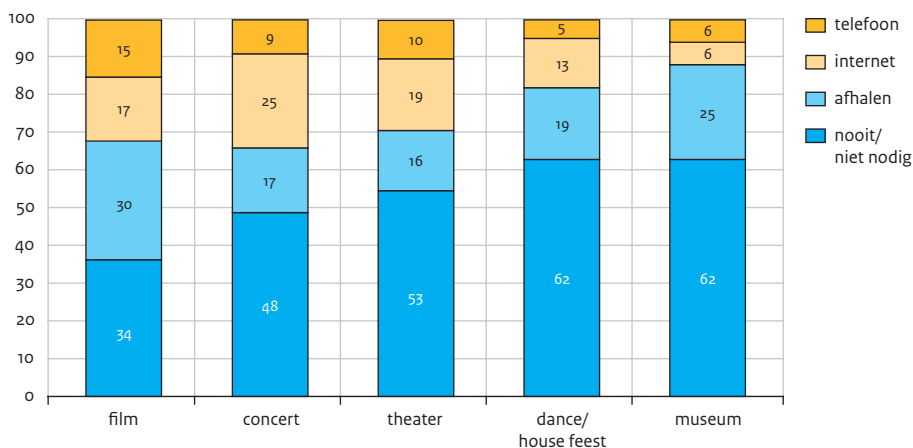
Naast onderling contact over culturele interesses heeft men ook contact met een culturele instelling zelf of verkooppunten van culturele evenementen. Het bestellen van kaartjes is hiermee ook een vorm van contact. Met de opkomst van internet is deze vorm van contact een stuk makkelijker geworden, doordat kaartjes voor de bioscoop of een evenement vaak online besteld of gereserveerd kunnen worden. Daarnaast is het vaak ook mogelijk de kaartjes telefonisch te bestellen of gewoon langs te gaan om ze af te halen. Maken tieners ook gebruik van deze verschillende mogelijkheden en welke manieren gebruiken zij het meest? Ook de aanschaf van culturele producten als cd's, dvd's en boeken is een fluitje van een cent met de opkomst van websites als Amazon en Bol.com. Culturele instellingen zelf verkopen ook online producten. Bestellen tieners online culturele content of komen zij op andere manieren aan muziek, films en boeken?

Toegangskarten

Voor een museum, dance- of housefeest of het theater zegt de meerderheid geen karten te reserveren of bestellen (figuur 3.2), omdat zij hier niet heengaan of omdat het vooraf bestellen van karten niet nodig is. De jongeren die wel naar een van deze cultuurvormen gaan, halen de karten ter plekke af (vooral musea) of bestellen deze via internet. Voor een concert of film reserveert of bestelt wel de meerderheid van de ondervraagde jongeren een toegangskart. Concertkarten bestellen ze het meest via internet, maar voor de film is het afhalen van de karten nog steeds de meest gangbare vorm. Telefonisch reserveren of bestellen is overal de minst populaire manier, maar is zeker (nog) niet verdrongen door internet. Voor een film pakt ongeveer een even groot deel van de jongeren net zo makkelijk de telefoon als dat zij internet opgaan om een kaartje te reserveren.

Figuur 3.2

Meest gebruikte manier om toegangsbewijzen te bestellen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1389)

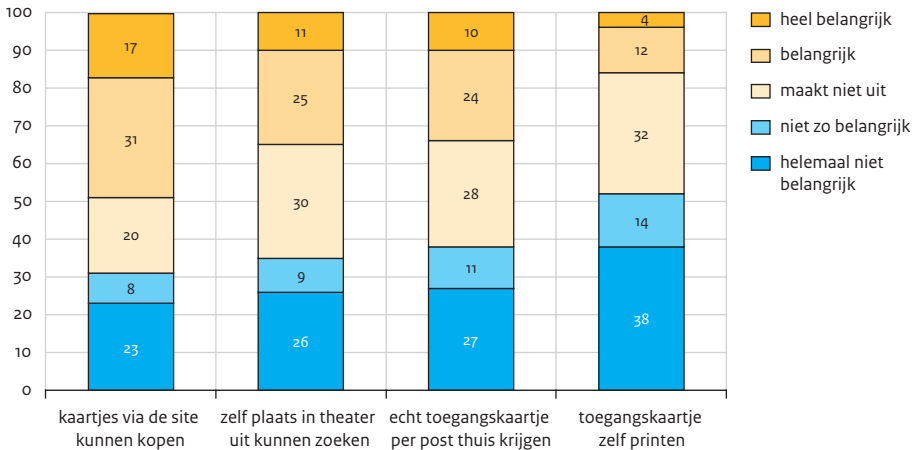


Bron: SCP (ICTS'08)

Een deel van de tieners bestelt toegangskarten op het internet. Vinden de ondervraagde tieners het belangrijk dat websites van culturele instellingen de mogelijkheid bieden online karten te bestellen en gerelateerde toepassingen aanbieden? Bijna de helft van de jongeren blijkt dit (heel) belangrijk te vinden (figuur 3.3). Ook het zelf een plaats in het theater kunnen uitzoeken via de website van een culturele instellingen vindt 36% belangrijk. Opvallend is dat een bijna even grote groep (34%) het belangrijk vindt om het toegangskartje thuisgestuurd te krijgen. Een veel kleinere groep (16%) wil graag zelf het toegangskartje kunnen printen. Mogelijk wil een deel van de tieners het kartje graag als souvenir ophangen of beschouwen zij het thuisgestuurd krijgen van een toegangskartje van de organisatie of instelling zekerder dan het ontvangen van een kartje via e-mail.

Figuur 3.3

Waarderingen van aan contact gerelateerde diensten van culturele instellingen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1592)



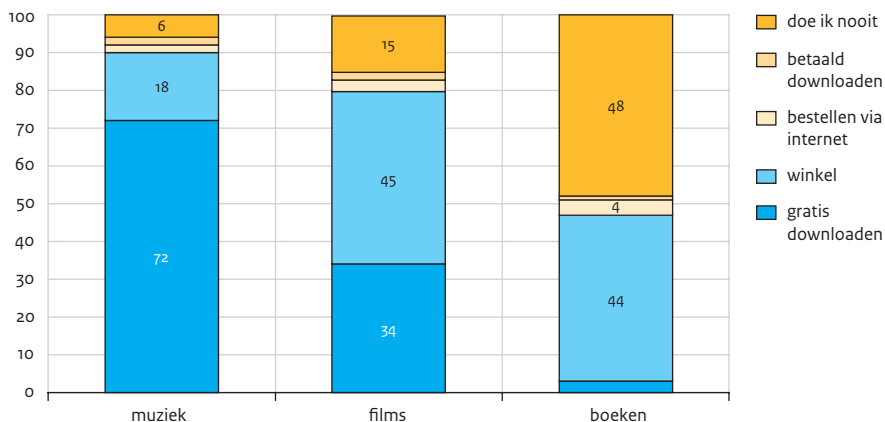
Bron: SCP (ICTS'08)

Online bestellen van muziek, films en boeken

Naast het bestellen van kaartjes bekijken we ook het online bestelgedrag van jongeren; hoe komen jongeren aan culturele content als films, muziek en boeken? Voor muziek geldt dat jongeren dit meestal gratis downloaden (figuur 3.4). Slechts 2% van de tieners zegt meestal aan hun muziek te komen door deze betaald te downloaden. Ook kopen op internet (bv. bol.com) is niet populair. Een iets groter deel van de jongeren koopt muziek doorgaans in de winkel, maar voor films en boeken is dit veel gebruikelijker. Films kochten tieners in 2008 nog vaker in de winkel dan dat zij deze hadden gedownload. Toentertijd kostte het downloaden van een film veel tijd en het is minder eenvoudig dan het aanschaffen van een dvd. Bovendien zitten er vaak geen Nederlandse ondertitels bij, die dan weer ergens anders vandaan moeten worden gehaald. Het downloaden van boeken komt bijna nooit voor. Er bestaan websites waar boeken gratis te downloaden zijn in pdf en bij Google Books zijn er talloze boeken online te vinden en te lezen, net als bij de Digitale Bibliotheek Nederland (DBNL). Hier lees je de boeken rechtstreeks van je scherm af, en hoef je ze niet eerst te downloaden. E-readers werden ten tijde van het onderzoek nog maar weinig gebruikt.² Ook via online winkels schaft slechts een klein deel van de jongeren boeken aan; bijna de helft van de jongeren geeft aan nooit online een boek aan te kopen.

Figuur 3.4

Manieren om muziek, films en boeken aan te schaffen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1396)



Bron: SCP (ICTs'08)

Tabel 3.3

Meest gebruikte manieren om muziek, films en boeken aan te schaffen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht en opleidingsniveau, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
muziek						
kopen in de winkel	18	15	21	19	18	16
gratis downloaden	72	71	72	69	72	75
schaft nooit muziek aan	6	9	4	8	5	6
films						
kopen in de winkel	45	31	58	40	49	47
gratis downloaden	34	49	22	37	34	31
schaft nooit een film aan	15	15	16	17	12	16
boeken						
kopen in de winkel	44	29	57	27	50	59
gratis downloaden	3	5	2	4	4	3
schaft nooit een boek aan	48	60	37	66	43	30
(n)	1299	604	695	468	484	340

Bron: SCP (ICTs'08)

In de manier waarop tieners muziek aanschaffen zijn er geen verschillen te zien tussen de verschillende groepen (tabel 3.3). Films schaffen jongens meestal aan door deze gratis te downloaden, de meerderheid van de meisjes koopt films in de winkel. Dit komt overeen met de bevinding in hoofdstuk 2 dat jongens vaker films downloaden en meisjes eerder via de niet-digitale weg films kijken. Boeken zijn veel populairder onder meisjes en vwo'ers dan onder jongens en de lager opgeleiden. Boeken worden nog het meest in de winkel gekocht.³

3.4 Wie communiceert over cultuur?

Na het bekijken van de afzonderlijke soorten contact die jongeren hebben over cultuur, komt hier het totale contact dat jongeren hebben over cultuur aan bod. Net als voor content is ook voor contact een schaal gemaakt. Deze schaal geeft aan in welke mate jongeren online met elkaar communiceren over culturele onderwerpen.⁴ In hoofdstuk 7 bekijken we aan de hand van deze schaal welke factoren de meeste invloed hebben op de mate waarin jongeren online communiceren over cultuur en wat de verschillen in contact tussen tieners verklaart. Voor contact is het mogelijk om een onderscheid te maken tussen communicatie over traditionele en over populaire cultuurvormen.⁵ Op deze manier kan hier worden gezien welke groepen meer dan andere online communiceren over cultuur in het algemeen en traditionele en populaire cultuur in het bijzonder. Net als bij content, ligt ook bij contact de gemiddelde online cultuurparticipatie van meisjes hoger dan die van jongens (tabel 3.4). Verder communiceren hoger opgeleiden meer online over culturele onderwerpen dan laagopgeleiden. Zowel over traditionele als over populaire cultuur communiceren meisjes en hoogopgeleiden meer via het internet dan jongens en laagopgeleiden (niet in tabel). Tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst lijken iets meer te communiceren over cultuur via het internet dan de andere groepen. Zoals eerder gezegd, dienen deze verschillen voorzichtig geïnterpreteerd te worden vanwege het kleine aantal ondervraagde tieners van Turkse, Marokkaanse en Surinaamse of Antilliaanse herkomst.

Tabel 3.4

Online cultuurparticipatie (contact), naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar (gemiddelden op schaal 0-11)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
contact	4,7	3,9	5,4	4,1	5,0	5,2	4,7	4,3	4,4	5,2
(n)	1359	614	745	472	529	352	1039	45	58	46

Bron: SCP (ICTS'08)

Net als voor content geldt dat in hoofdstuk 7 onderzocht wordt wat invloed heeft op de mate van online contact. Voor deze analyses gebruiken we dezelfde schaal voor contact als in deze paragraaf is geïntroduceerd. Naast achtergrondkenmerken wordt ook de invloed van de omgeving, digitale vaardigheden en het internetgebruik bekeken op de mate waarin jongeren online communiceren over cultuur.

3.5 Slot

Tieners spreken over alle culturele onderwerpen vaker in het echt dan via internet. Dit volgt het patroon van populariteit waarbij de bekende top drie van tv-programma's, films en muziek weer duidelijk aanwezig is. Hoe traditioneler de cultuur, hoe minder tieners erover spreken in het echt en via internet. De grotere interesse in cultuur van meisjes wordt wederom zichtbaar, doordat zij veel vaker over culturele onderwerpen praten dan jongens, zowel over traditionele als over populaire cultuur. Jongens nemen daarentegen een stuk vaker deel aan fora over culturele onderwerpen dan meisjes. Verder hebben vwo'ers vaker dan vmbo'ers online contact over culturele onderwerpen. Uiteindelijk praten jongeren op internet over de onderwerpen waar ze het in het dagelijks leven ook over hebben. Wel is het opmerkelijk dat de verschillen in communicatie tussen jongeren van verschillende opleidingsniveaus op internet kleiner zijn dan in het echt. Hoogopgeleiden spreken op internet minder vaak over culturele onderwerpen dan in het echt; bij laagopgeleiden is het verschil tussen communiceren over cultuur in het echt en via internet veel kleiner.

Het beeld van tieners als de groep die alles online doet, gaat wederom niet overtuigend op als het om het bestellen van kaartjes gaat. Bij een concert bestellen ze hun kaartje wel vaak via internet, maar voor een theatervoorstelling of film halen ze meestal het kaartje ter plekke af. Ze vinden de mogelijkheid om toegangskaartjes online te bestellen wel belangrijk, maar ze willen deze wel graag per post thuisgestuurd krijgen. Het idee dat veel jongeren gratis muziek downloaden klopt; twee derde zegt hoofdzakelijk op die manier aan muziek te komen. Voor het downloaden van films gaat dit imago een stuk minder op; de meerderheid kocht in 2008 de films gewoon nog in de winkel. Door de toename in snelheid van het downloaden, kan deze verhouding inmiddels anders liggen; het downloaden is waarschijnlijk een stuk populairder geworden. Wat betreft films wordt wederom bevestigd dat jongens meer gericht zijn op de pc (zij downloaden vaker films) en meisjes meer op de iets oudere media (zij kopen vaker films).

Noten

- 1 Op Twitter kunnen zowel personen als instellingen kleine berichtjes (tweets) posten die anderen kunnen lezen.
- 2 <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2694/Internet-Media/archief/article/detail/928866/2008/11/27/Het-boek-staat-aan.dhtml>
- 3 Doordat een groot aantal tieners deze vraag niet heeft beantwoord, is er een te klein aantal tieners van Turkse en van Surinaamse of Antilliaanse herkomst om uitspraken over deze groep te doen. Deze gegevens worden daarom niet gepresenteerd.
- 4 Van 17 items is aan jongeren gevraagd in welke mate zij hierover contact hebben via het internet (zie figuur 3.1). De betrouwbaarheid van de schaal (alpha) is hoog met .87.
- 5 Tot de traditionele cultuur rekenen we contact hebben over monumenten of oude gebouwen, toneelvoorstellingen, klassieke concerten, ballet- of dansvoorstellingen, musea, kunst, en boeken of schrijvers. Deze schaal heeft een betrouwbaarheid van .81. Onder populaire cultuur verstaan we hier contact hebben over films, cabaret, pop- of jazzconcerten en festivals, shows of musicals, familie-feesten met muziek, dance of house events, muziek in het algemeen, tv-programma's en hiphop, jumpen en streetdance. Deze schaal heeft een betrouwbaarheid (alpha) van .79.

4 Creatie: het creëren van nieuwe content

4.1 Participatie en creatie

De nieuwe gebruiker, de prosumer, participatiecultuur, web 2.0, het zijn termen die de afgelopen jaren steeds meer onder de aandacht zijn gekomen. Vooral web 2.0 zoemt al een tijd rond,¹ maar er is veel onenigheid over wat dat nu precies betekent. Volgens sommigen gaat het voornamelijk om de technische ontwikkelingen op zich, die websites als Hyves en YouTube mogelijk maken. Anderen scharen ook de websites en webapplicaties die gebaseerd zijn op deze technische ontwikkelingen onder het begrip web 2.0. Daarnaast zijn er mensen die zeggen dat web 2.0 een leeg begrip is, eigenlijk niet bestaat en slechts een hype is. 'Web 2.0 is meer dan een buzzword maar nog steeds niet makkelijk definieerbaar', stellen Madden en Fox (2006). De online encyclopedie Wikipedia, die bij uitstek als web 2.0-voorbeeld wordt gezien, geeft de volgende omschrijving: 'Web 2.0 wordt omschreven als de tweede fase in de ontwikkeling van het World Wide Web. Het gaat over de verandering van een verzameling websites naar een volledig platform voor interactieve webapplicaties voor eindgebruikers op het World Wide Web.'²

Web 2.0 draait om online participatie, communicatie, delen, samenwerken en (co-)creatie. Het passief surfen langs statische websites waar alleen maar informatie is af te halen, schuift steeds meer naar de achtergrond. De nieuwe internetgebruiker vindt online niet alleen informatie, maar voegt deze ook zelf toe (vgl. Hermes en Janssen 2006). Dit kan tekst zijn, maar het kan ook gaan om foto's, filmpjes en muziek. Naast het toevoegen van zelfgemaakte inhoud aan het web, houdt online participeren eveneens in: het reageren op door iemand anders toegevoegde content, deze van een beoordeling voorzien, en het aanpassen van content. Zo is web 2.0-icoon Wikipedia volledig samengesteld door de gebruikers. Iemand start een onderwerp door er wat over te schrijven, anderen voegen informatie toe, gaan in overleg en discussie, passen de inhoud aan en zo breidt de encyclopedie zich steeds meer uit. Bij elk Wikipedia-artikel is in extra tabbladen de geschiedenis en het overleg over het artikel te vinden. Vooral wanneer het om gevoelige of omstreden onderwerpen gaat, zijn er vaak lange en levendige discussies te vinden.

De internetgebruiker is naast consument ook producent geworden; ofwel *prosumer* (samentrekking van de termen 'producer' en 'consumer'). De actieve deelname van de nieuwe of web 2.0-gebruikers leidt tot een nieuwe cultuur, door Henry Jenkins (2006) aangeduid als 'participatory culture'. Men draagt bij aan het creëren van nieuwe content en aan de circulatie ervan. Het grote aanbod van verschillende media leidt tevens tot een grotere controle van het eigen mediagebruik; men heeft immers meer keuzemogelijkheden (De Haan 2010).

In dit hoofdstuk onderzoeken we in welke mate jongeren als prosumer beschouwd kunnen worden. Gezien de termen waarmee de meest recente generaties vaak omschreven worden, web 2.0- of Einsteingeneratie, is de verwachting dat jongeren actief zijn in het produceren en consumeren op het web. Niet alle jongeren blijken echter actief te zijn op het gebied van de andere twee C's (content en contact). Centraal in dit hoofdstuk staat

de derde C: creatie. Het gaat hier om het zelf creëren van nieuwe online content. Daarbij beschouwen we het begrip creatie iets breder door ook te kijken naar de mate waarin tieners beeld- en geluidsmateriaal maken en bewerken zonder het online te plaatsen. Dat blijkt bij een groot deel van de tieners het geval te zijn. Mogelijk delen ze deze (bewerkte) foto's, teksten en filmpjes niet online op een dussdanige manier dat het voor iedereen zichtbaar is, maar sturen of delen ze deze content wel met vrienden en familie. In dit hoofdstuk wordt ook het bezit en de participatie op sociale netwerksites als Hyves en Facebook besproken. In welke mate plaatsen jongeren (zelfgeschreven) tekst en (zelfgemaakte) liedjes en filmpjes op hun profielpagina's? Behalve de online participatie van jongeren, komt in dit hoofdstuk ook de online participatie van culturele instellingen aan bod (paragraaf 4.4). In welke mate proberen culturele instellingen jongeren op web 2.0-manieren te bereiken, en zitten jongeren hier wel op te wachten?

4.2 Zelf creëren

Doordat steeds meer gebruikers steeds meer informatie, afbeeldingen, filmpjes en dergelijke aan internet toevoegen, is er inmiddels een enorm aanbod dat nog elke dag groeit. Door trefwoorden (tags) aan content te hangen, wordt dit aanbod beter doorzoekbaar. Als een scholier een spreekbeurt over Gaudi moet houden, kan hij op de fotowebsite Flickr relevante foto's vinden door op het trefwoord 'Gaudi' te zoeken. Als hij alleen foto's van diens architectuur in het park in Barcelona zoekt, dan vult hij 'Gaudi', 'park' en 'Barcelona' in. Doordat steeds meer mensen foto's uploaden, wordt de kans dat precies die gezochte foto's ertussen zitten steeds groter. En niet alleen de uploader van de foto kan er tags aan hangen, anderen kunnen dat ook. Doordat mensen bovendien elkaars foto's becommentariëren en aanmerken als favoriet, worden de zoekresultaten ook nog naar 'mate van interessantheid' geordend. YouTube werkt op eenzelfde manier, maar dan voor video. Eigen creaties uploaden, taggen en vindbaar maken, beoordelen, erover communiceren met andere internetgebruikers; de mogelijkheden worden steeds omvangrijker en het aanbod blijft groeien.

In 2008 hadden bijna alle mobiele telefoons een fotocamera ingebouwd. Van de ondervraagde jongeren geeft 7% aan geen mobiel of geen mobiel met een camera erin te hebben. Van de 93% jongeren die foto's kunnen maken met hun mobiel, zegt het overgrote deel dit ook te doen (tabel 4.1). Ruim de helft maakt zelfs wekelijks of vaker foto's op deze manier. Een iets kleiner deel van de tieners bezit een digitale camera (82%) en zij gebruiken deze ook minder vaak: een kwart zegt wekelijks of vaker foto's te maken met een digitale camera. Waarschijnlijk hebben tieners de camera van de mobiele telefoon eerder bij de hand dan een digitale camera.

Voorals meisjes zijn vaak in de weer met hun mobiele telefoon om te fotograferen; een kwart zegt elke dag foto's te maken. Vmbo'ers zijn hier opvallend vaak dagelijks mee bezig. Aanzienlijk minder havoleerlingen en nog minder vwo-leerlingen maken elke dag een kiekje. Een verklaring van een vmbo-tiener zelf is dat vmbo'ers meer vrije tijd hebben en zich daarnaast meer met praktische en creatieve dingen bezig houden.

Ik denk dat havo en vwo'ers meer bezig zijn met huiswerk, tenminste het merendeel. Tuurlijk is het zo dat zij ook foto's plaatsen maar vmbo'ers toch wel meer. Zelf doe ik het ook wel omdat het best wel leuk is en vele vriendinnen doen het ook.
Wafa, 3 vmbo

Tussen jongeren met verschillende etnische achtergronden zijn geen verschillen gevonden (niet in tabel).

Tabel 4.1

Aandeel tieners dat een mobiel met een fotocamera heeft en de mate waarin deze tieners foto's maken met hun mobiele telefoon, naar geslacht en opleidingsniveau, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
heeft mobiel met fotocamera	93	90	95	95	94	89
waarvan foto's maakt met mobiel:						
nooit	10	11	8	8	9	14
1x per maand of minder	10	13	8	9	11	11
enkele keren per maand	22	25	20	18	23	27
1 of 2 dagen per week	20	20	21	18	22	21
3, 4 of 5 dagen per week	12	9	14	13	13	7
dagelijks	19	13	24	29	16	9
(n)	1571	738	833	575	600	386

Bron: SCP (ICTS'08)

Naast foto's kunnen de meeste mobiele telefoons tegenwoordig ook filmpjes maken. Dit wordt een stuk minder vaak gedaan dan fotograferen, maar een grote meerderheid zegt dit wel eens te doen (tabel 4.2). Bijna een kwart van de tieners doet dit minimaal eens per week. Wederom gebruiken tieners vaker hun mobiele telefoon dan de digitale camera om filmpjes te maken; slechts 8% van de tieners maakt minimaal eens per week een filmpje met hun digitale camera. Er bestaan nauwelijks verschillen tussen de groepen in het maken van filmpjes met de mobiele camera; alleen vmbo'ers filmen vaker dan vwo'ers.

Tabel 4.2

Aandeel tieners dat een mobiel met een videocamera heeft en de mate waarin deze tieners filmpjes maken met hun mobiele telefoon, naar geslacht en opleidingsniveau, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
heeft een mobiel met videocamera	90	89	92	93	91	86
waarvan filmpjes maakt met de mobiel:						
nooit	24	23	24	19	25	29
1x per maand of minder	22	19	24	21	23	22
enkele keren per maand	22	22	22	21	23	20
1 of 2 dagen per week	12	13	11	14	12	10
3, 4 of 5 dagen per week	5	5	5	8	4	3
dagelijks	6	6	5	9	4	2
(n)	1560	734	826	568	599	384

Bron: SCP (ICTS'08)

De hoofdrol in de door tieners gemaakte foto's en filmpjes is meestal voor henzelf weggelegd. Voor de huidige generatie tieners is het heel normaal om zichzelf te fotograferen. Ook fotograferen en filmen tieners graag elkaar en toevallige momenten:

Ik maak meestal foto's en filmpjes van grappige momenten of van mijn paard ofzo. Of gewoon zomaar met een vriendin een beetje gek doen.

Gabriella, 3 vmbo

Tieners zitten in een leeftijdsfase waarin ze hun identiteit vormen en dus veel aandacht hebben voor hun uiterlijk en hoe ze overkomen op anderen. Een camera is daarbij een ideaal middel om te gebruiken. Omdat zij altijd een mobiel bij de hand hebben leggen ze allerlei momenten snel en makkelijk vast. Dit hoeven voor jongeren geen belangrijke of speciale situaties te zijn; dagelijkse dingen zijn al leuk om te fotograferen:

Ja, meestal van vriendinnen en van mezelf. Of van familie, bijvoorbeeld mijn zusje. En filmpjes maak ik niet echt, maar als het grappig is dan doe ik het wel. Gewoon voor de lol 😊

Shahana, 3 vmbo

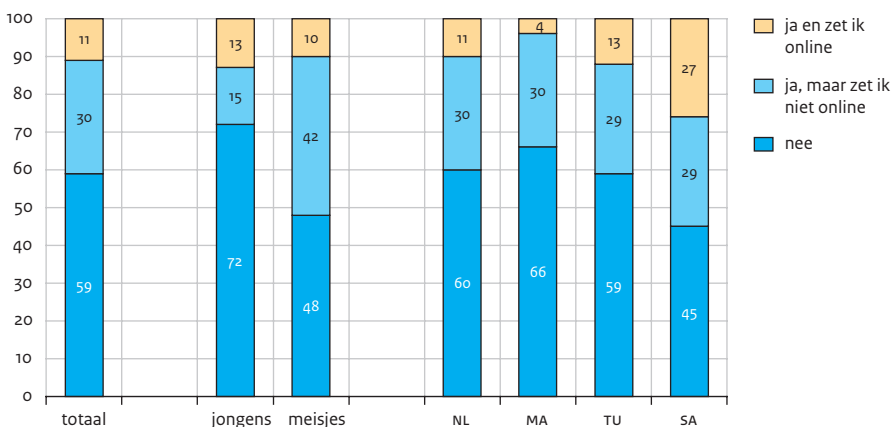
Tieners kunnen hun mobiele telefoon ook gebruiken om culturele filmpjes te maken, dit zijn bijvoorbeeld filmpjes waarin tieners zelf of hun vrienden zingen, dansen of toneel spelen. Michiel Koelink (mediakunstenaar en docent aan de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten) heeft de workshop 'filmen-met-je-mobiel' ontwikkeld. Aan de hand van een handleiding leren tieners te filmen met hun mobiele telefoon en hoe ze dit film-materiaal kunnen bewerken. Hij hoopt dat tieners zich gaan realiseren dat ze eigenlijk altijd een camera bij zich hebben waar ze iets creatiefs mee kunnen doen. Weinig jongeren staan daar bij stil, laat staan dat ze er gebruik van maken. Volgens Koelink weten

de meeste tieners bovendien niet dat ze bijna allemaal thuis Windows Moviemaker op de computer hebben staan; ze zijn meer bezig met msn'en, gamen en surfen (Koelink geïnterviewd door Altena 2008). Maar ook zonder dat er software om video te bewerken aan te pas moet komen, kunnen tieners cultureel getinte filmpjes maken. Twee voorbeelden van waartoe dit kan leiden zijn Pomme & Kelly en Esmée Denters. Pomme en Kelly playbackten als 15-jarige meiden 'Respect' van Aretha Franklin voor de webcam. Het filmpje werd een hit, ging de hele wereld over en uiteindelijk wonnen ze er in 2006 zelfs 'Google Idol' mee. Esmée Denters filmde zichzelf met de webcam van haar zusje terwijl ze hits nazong en plaatste dit op YouTube. De filmpjes werden miljoenen keren bekeken. Inmiddels heeft ze een platencontract in Amerika, een cd uitgebracht en al een keer plaatsgenomen op de bank bij Oprah Winfrey.

Ook dansfilmpjes doen het vaak goed. Toen jumpen een hype was, waren er talloze filmpjes te vinden waarin tieners elkaar jumpend filmden. Sommige jongeren maakten en plaatsten zelfs jump-cursussen online. Zijn de scholieren die dergelijke muzikale of anderszins culturele getinte filmpjes maken uitzonderingen of houden veel tieners zich hiermee bezig?

Figuur 4.1

Het maken en online zetten van een cultureel filmpje door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht en etnische herkomst, 2008 (in procenten; n = 1451)



Bron: SCP (ICTS'08)

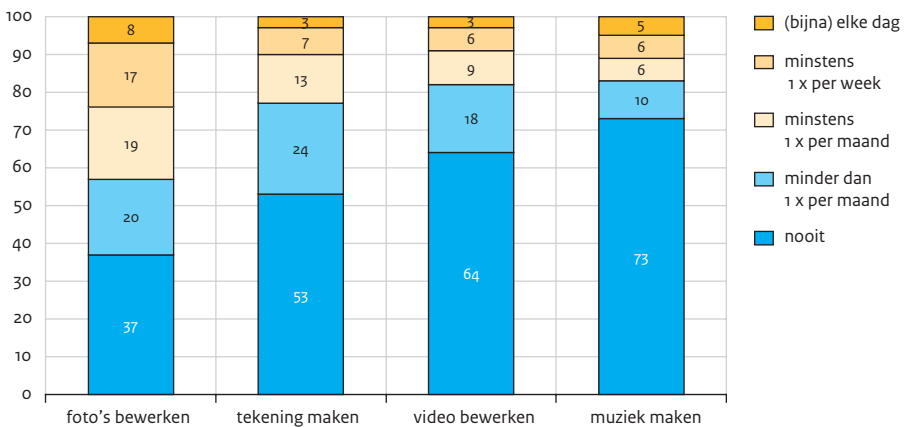
Een ruime meerderheid zegt nooit een filmpje te maken waarin ze zingen, rappen, dansen of een toneelstukje doen (figuur 4.1). Vier op de tien tieners zeggen wel dergelijke filmpjes te maken, maar van deze groep zet slechts een kwart deze filmpjes ook online. Meisjes maken vaker filmpjes dan jongens (resp. 52% en 28%), maar jongens zetten de filmpjes iets vaker online dan meisjes. In vergelijking met de andere groepen maken meer tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst een filmpje en zij plaatsen deze ook vaker online. Zoals eerder gezegd, zijn zij meer dan de andere groepen

geïnteresseerd in en actief bezig met muziek en dans. Tieners van Marokkaanse herkomst maken het minst vaak een cultureel filmpje, en van degenen die dat wel doen, zet maar een heel klein deel dit filmpje online.

Er zijn meerdere manieren om de computer creatief in te zetten, bijvoorbeeld om foto's te bewerken of muziek te maken. We hebben de scholieren vier soorten creatief gebruik voorgelegd (figuur 4.2). Het bewerken van foto's doet een meerderheid van de jongeren. Een kwart doet dit minstens eens per week. De andere creatieve computeractiviteiten doet minder dan de helft van de jongeren en ze doen deze activiteiten ook minder frequent. Zo geeft ruim een derde van de jongeren aan wel eens video te bewerken, maar een klein deel doet dit dagelijks of wekelijks. Het minst populair is muziek maken op de computer, al doet een kwart van de jongeren dit wel eens. Het lijkt erop dat hoe moeilijker de creatieve activiteit op de pc is, hoe minder jongeren zich eraan wagen. Bij zowel het bewerken van video's als het maken van muziek komen hierbij ingewikkeldere softwareprogramma's aan te pas en het kost tijd en moeite om die te leren kennen alvorens je ze goed kunt gebruiken.

Figuur 4.2

Culturele computeractiviteiten van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1577)



Bron: SCP (ICTs'08)

Foto's bewerken is iets wat vooral meisjes doen (tabel 4.3). Meisjes zijn meer met hun uiterlijk bezig dan jongens. Zo blijkt uit onderzoek dat meisjes zich op internet vaak iets mooier presenteren (Valkenburg et al. 2006). In het verlengde hiervan ligt dat meisjes het waarschijnlijk leuk vinden om zichzelf zo mooi mogelijk te fotograferen en de foto vervolgens te bewerken. Jongens zijn vaker bezig met video bewerken en muziek maken (vgl. Hargittai en Walejko 2008), waar doorgaans meer digitale vaardigheden voor nodig

zijn. Jongens verdiepen zich in de regel meer in moeilijkere computeraangelegenheden dan meisjes, en zijn daar ook beter in (Duimel en De Haan 2007). Zo bleek eerder al dat jongens vaker downloaden. Vmbo'ers zijn zeer actief in de creërende computeractiviteiten en bewerken vooral foto's en film vaker dan havo- en vwo-leerlingen. Ook in eerder onderzoek kwamen de vmbo'ers uit de bus als actiever in creatie dan hoger geschoolden. Zo houden ze vaker een weblog en een homepage bij, maken ze vaker tabellen en grafieken, en bewerken ze meer dan hoger opgeleide jongeren tekeningen en foto's (Duimel en De Haan 2007). In welke mate opleidingsniveau samenhangt met creatie komt in paragraaf 4.5 aan bod. De samenhang tussen digitale vaardigheden van tieners en hun opleidingsniveau komt in hoofdstuk 5 aan bod.

Tabel 4.3

Creatieve computeractiviteiten (minimaal 1x keer per maand) van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
foto's bewerken	43	34	51	48	42	38	43	33	39	57
tekening maken	23	23	23	24	24	21	24	11	16	23
video bewerken	18	23	14	23	15	16	18	11	26	16
muziek maken	17	25	10	19	18	13	17	17	16	25
(n)	1577	740	837	578	602	388	1187	54	69	61

Bron: SCP (ICTS'08)

4.3 Sociale netwerksites

Een typisch web 2.0-voorbeeld zijn sociale netwerksites (afgekort sns, niet te verwarren met sms). Op deze sites maken gebruikers een profiel aan en door elkaar aan hun vriendenlijst toe te voegen creëren ze hun eigen sociale netwerk. Op persoonlijke profielen plaatsen gebruikers informatie over zichzelf, foto's, filmpjes, enzovoort. Vrienden houden elkaar op de hoogte van hun activiteiten door hun 'status' regelmatig te updaten. Daarnaast laten mensen regelmatig berichtjes bij elkaar achter; openbaar, waardoor iedereen ze kan lezen, of ze sturen privé een e-mail.

Een sociale netwerksite heeft meestal een eigen imago. Zo staat MySpace bekend als muzikale sns; er zijn veel artiesten te vinden, mensen zetten hun eigen muziek erop en voegen leden met dezelfde muzieksmaak toe. Facebook is net als MySpace populair over de hele wereld, waardoor velen hier hun internationale contacten onderhouden. Sugababes/Superdudes is vooral geliefd onder tieners. Op deze site draait het om populariteit. Hyves trok in eerste instantie vooral twintigers aan, maar is inmiddels zo groot geworden dat alle leeftijden er goed zijn vertegenwoordigd (De Haan 2010). Hyves is dan ook veruit de meest gebruikte website onder de ondervraagde tieners (tabel 4.4). Bijna driekwart van de jongeren zegt er een profiel te hebben. Op de andere genoemde sites zijn in vergelijking met Hyves maar weinig jongeren actief. MSN Space weet één op de vijf

jongeren aan zich te binden, en MySpace staat met 16% op een derde plek. Van Facebook waren in 2006 maar heel weinig van de ondervraagde tieners lid, mogelijk omdat zij op deze leeftijd weinig internationale contacten hebben. De populariteit van de verschillende sns verandert overigens snel; sinds 2008 is het aantal gebruikers van Facebook sterk toegenomen (tussen 1 december 2008 en november 2010 van naar schatting bijna 340.000 tot 3,1 miljoen leden).³

Tabel 4.4

Bezit van een profiel op een sociale netwerksite van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
Hyves	72	62	81	72	72	71	75	53	51	67
MSN Space	21	20	22	24	20	17	21	24	32	21
MySpace	16	15	17	16	17	15	15	11	17	23
Sugababes/Superdudes	8	6	9	11	6	4	8	7	4	7
Facebook	4	4	3	2	4	6	3	5	9	2
andere profielsite	8	6	9	9	8	6	8	9	10	11
fotoalbum (bv. Flickr)	7	5	8	6	6	8	6	5	12	3
weblogsite	5	5	5	4	6	6	5	7	3	7
geen van deze	23	28	17	25	20	23	20	47	42	20
(n)	1592	750	842	585	607	390	1198	55	69	61

Bron: SCP (ICTS'08)

Bijna een kwart van de tieners zegt geen van de genoemde sites te hebben. Daarnaast is er een groep jongeren die profielen op meerdere sites bezitten. Van de ondervraagde jongeren heeft 42% één site, 21% zegt twee van de hier genoemde sites te hebben, 8% heeft er drie, en 4% heeft er vier. Slechts 2% van de tieners heeft vijf of meer sites. Meisjes zijn doorgaans actiever op sociale netwerksites dan jongens (tabel 4.4). Vooral bij Hyves is dit verschil tussen jongens en meisjes zichtbaar. Bij het bezit van een MSN Space-profiel is er geen verschil tussen meisjes en jongens, wel naar opleidingsniveau: lager geschoolden hebben vaker een dergelijk profiel. Ook Sugababes/Superdudes trekt iets meer lager opgeleide tieners. Op Facebook zitten juist meer hoger opgeleide tieners. Op fotosites zoals Flickr is het eveneens mogelijk om vrienden toe te voegen, waardoor men foto's kan uitwisselen en commentaar kan geven op elkaars foto's. Slechts 7% van de tieners zegt een online fotoalbum te hebben. Mogelijk voldoet Hyves ook in dit geval voldoende in de behoefte omdat daarop een prominente fotofunctie zit. Weinig jongeren bezitten een weblog. Dit vereist tijd en discipline om bij te houden en Hyves verschaft een weblog waarop jongeren verhalen, gedichten of andere tekst kwijt kunnen. De ondervraagde tieners van Marokkaanse en Turkse herkomst hebben veel minder vaak een van de genoemde sites dan de ondervraagde autochtone tieners en tieners van

Surinaamse of Antilliaanse herkomst. Ook op Hyves heeft maar de helft van hen een profiel terwijl dat onder de autochtone tieners driekwart is. Op de internationale site MySpace tot slot, zitten veel tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst. Deze sns wordt dan ook veel gebruikt door muziekliefhebbers, waartoe een groot deel van de ondervraagde tieners van Surinaamse en Antilliaanse herkomst behoren.

Een eigen website, zoals Hyves, is een prima plek voor jongeren om zich creatief te uiten en interesses kenbaar te maken. Iedere 'hyver' kan zijn hyve naar hartenlust 'pimpen', door onder andere de kleuren en achtergrond aan te passen en foto's te uploaden. Daarnaast is het op veel sociale netwerksites mogelijk om muziek, foto's, filmpjes en tekst plaatsen. Filmpjes zijn vaak ingebed in de profielpagina, doorgaans 'embedded' genoemd. De video, bijvoorbeeld een muziekclip, staat bijvoorbeeld op YouTube, maar wordt met behulp van een 'embed code' naar hun Hyvespagina gelinkt en daar als onderdeel van het profiel getoond. We hebben jongeren gevraagd in hoeverre zij dit ook daadwerkelijk doen. Van de jongeren met een website heeft 23% hier geen muziek, film en tekst op staan (niet in tabel). Het merendeel heeft wel een of meer van deze drie vormen van content op hun website staan. Zo heeft iets meer dan de helft muziek op hun website staan en heeft een even grote groep muziek online gezet (tabel 4.5). Het plaatsen van tekst op de website is veel minder geliefd. Bij muziek en filmpjes gaat het meestal om bestaande content; tekst schrijven iets meer jongeren zelf.

Tabel 4.5

Mate waarin leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar een website hebben en hierop muziek, filmpjes en tekst hebben staan, naar geslacht en opleidingsniveau (meerdere antwoorden mogelijk), 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
heeft muziek op de site staan	52	47	56	53	53	47
bestaand	50	43	55	51	51	45
zelfgemaakt	4	7	2	4	5	4
heeft een filmpje op de site staan	52	49	54	48	54	54
bestaand	43	38	47	38	46	47
zelfgemaakt	14	15	14	14	14	16
heeft tekst op de site staan	28	19	36	27	31	27
bestaand	14	10	18	15	15	13
zelfgemaakt	16	9	22	12	19	19
(n)	1461	669	792	532	555	367

Bron: SCP (ICTS'08)

Meisjes hebben vaker zowel muziek, filmpjes als teksten op hun website staan. Meisjes zijn meer dan jongens bezig met het schrijven van teksten (vgl. Hargittai en Walejko 2008) en zetten deze vaker online. Deze teksten kunnen een weblog, gedicht of verhaal zijn. Jongens plaatsen iets vaker zelfgemaakte liedjes online. Verder zetten laagopgeleiden iets vaker muziek op hun website en hebben hoogopgeleide jongeren iets vaker een filmpje online staan. Het gaat hierbij om bestaande muziek en filmpjes; zelfgemaakte liedjes en filmpjes zetten jongeren van de drie opleidingsniveaus even vaak online. Teksten hebben havoleerlingen het meest op hun persoonlijke website staan. In het online plaatsen van zelfgeschreven tekst verschillen zij niet van de vwo'ers.⁴

Muziek en tekst op websites van jongeren zijn uitingen die aan culturele interesse raken. Culturele interesses kunnen jongeren ook kenbaar maken door lid te worden van een hyve of groep op Hyves met een onderwerp op cultureel gebied. Een dergelijke groep is een voorbeeld van een virtuele gemeenschap of community. Op de Hyvespagina van de groep staan bijvoorbeeld foto's, discussies en polls over het onderwerp. Het aantal leden kan in de honderdduizenden lopen. Hyves met vele leden zijn bijvoorbeeld 'stop kanker nu' en 'muggen zijn kut'. Ook zijn er talloze 'culturele' hyves, zo heeft Najib Amhali een hyve met ruim 160.000 leden. De hyve voor ballet moet het met aanzienlijk minder leden stellen (rond de 4500 leden). De hyve voor archeologie en prehistorie heeft bijna 700 leden. Het hoeft overigens niet zo te zijn dat een hyve van een instelling bijgehouden wordt door een medewerker van die instelling. Zo is de beheerder van de hyve van het Nationaal Archief een jongen die zelf geïnteresseerd is in geschiedenis en daarom deze hyve heeft aangemaakt. Dit past ook weer in het plaatje van de participerende internetgebruiker.

Tabel 4.6

Lidmaatschap van een hyve of groep van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar die een hyve hebben, naar geslacht en opleidingsniveau, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo
muziek	43	36	49	41	42	49
tv-programma's	36	30	41	30	35	47
film	26	22	29	26	23	30
dans	24	10	34	24	27	19
dance/house event of pop/rock festival	22	19	25	18	23	27
toneel/cabaret	19	18	20	16	19	24
boeken/schrijvers	7	6	8	6	7	8
kunst	6	5	6	6	7	5
museum/monument	5	6	4	7	4	3
(n)	1145	467	678	424	439	278

Bron: SCP (ICTS'08)

Van de ondervraagde tieners geeft 42% aan lid te zijn van een culturele hyve (zie tabel 4.6 voor de gevraagde onderwerpen). Zij hebben zich het meest aangesloten bij een hyve of groep over muziek (tabel 5.6), gevolgd door hyves die met tv-programma's te maken hebben. Een kwart van de tieners heeft zich aangesloten bij een hyve over (een) film(s). De top drie van interesses van tieners – muziek, tv-programma's en film – uit zich hier in de hyves waarvan de meeste jongeren lid zijn. De groepen over onderwerpen op het traditionele culturele vlak trekken minder jongeren; hyves over musea of monumenten weten maar 5% van de jongeren te trekken.

4.4 Culturele instellingen 2.0

Jongeren zijn in grote getale op Hyves aanwezig, komen op YouTube en bezoeken fotosites. Culturele instellingen kunnen ervoor kiezen om jongeren actief op te zoeken via dergelijke sites en toepassingen op internet. Ze kunnen filmpjes op YouTube zetten, jongeren opzoeken op Hyves, twitteren, noem maar op. Het blijft echter de vraag in welke mate culturele instanties tieners kunnen bereiken via de web 2.0-toepassingen. Een voorbeeld van web 2.0-toepassingen op het gebied van cultureel erfgoed zijn herinneringen en verhalen over gebeurtenissen. Deze komen goed tot hun recht in actieve communities op internet. Zo is er de levendige website geheugenvanooost.nl over Amsterdam-Oost (en vele afgeleiden daarvan zoals geheugenvanwest.nl, geheugenvanalmere.nl, enz.). Hier schrijven mensen hun herinneringen en verhalen die zelfs terug gaan naar begin 1900. Er zijn vele verslagen te vinden over specifieke gebeurtenissen, maar ook over het leven van alledag van tientallen jaren terug. Andere lezers herkennen verhalen en situaties, reageren op elkaar en kunnen de verhalen aanvullen. Een voorloper op het gebied van community's en het digitaal betrekken van publiek is het Brooklyn Museum. Dit museum heeft participatie hoog in het vaandel staan en is online overal terug te vinden: op MySpace, Flickr, YouTube, Twitter en Facebook. Verder is op de site van het Brooklyn Museum de collectie te bekijken en kunnen mensen op elk stuk commentaar leveren en tags toevoegen. In het museum zelf mogen bezoekers fotograferen en filmen, en wordt gevraagd de gemaakte foto's of filmpjes weer te uploaden naar de site van het museum, de Flickr-site van het museum, of YouTube.⁵ Voor tieners blijkt het niet belangrijk te zijn dat culturele instellingen een hyve hebben (figuur 4.3). Een vergelijking van de aan tieners gevraagde diensten van culturele instellingen laat zien dat ze het hebben van een hyve zelfs het minst belangrijk vinden. Slechts 11% van de jongeren vindt het (heel) belangrijk dat bijvoorbeeld een museum of een theater een hyve heeft. Ze zitten zelf massaal op Hyves, maar verlangen dat kennelijk niet van een culturele instelling. Zelf zegt een vmbo'er daarover:

Omdat ze dat niet boeiend vinden en ze daar niet kijken en het niet tegenkomen, ze komen wel hun vrienden tegen op Hyves en de hyve van een museum of theater kom je niet tegen. Die zoeken jongeren niet en voegen ze alsnog niet toe als ze er mee in aanraking komen.
Marley, 3 vmbo

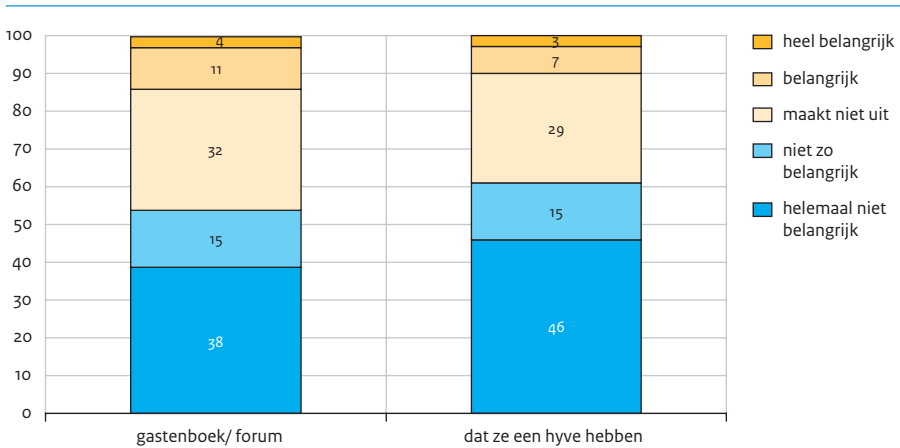
Omdat musea en theaters niet de interesse van tieners hebben, bestaat ook op Hyves de interesse niet. Sema (3 vmbo) legt verder uit:

Je kan er toch niks mee. De meeste mensen hebben hyves voor vrienden en ze willen aandacht. Wat voor bericht of comment ga je naar een hyve van een museum schrijven?

Ook een gastenboek op de website is voor weinig jongeren van belang en eindigt in vergelijking met de gevraagde diensten op de een na laatste plaats. Deze bevindingen duiden erop dat culturele instellingen via de meest gebruikte web 2.0-toepassingen weinig jongeren zullen aantrekken.

Figuur 4.3

Waarderingen van aan creatie gerelateerde diensten van culturele instellingen door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1353)



Bron: SCP (ICTS'08)

4.5 Wie creëert nieuwe content?

In dit hoofdstuk zijn verschillende manieren om zelf content te creëren de revue gepasseerd. Het ging hierbij om content die jongeren creëren en toevoegen aan het internet, maar ook om liedjes en foto's die jongeren wel op een digitale manier maken of bewerken, maar niet online plaatsen. Toch beschouwen we dit hier ook als creatie, mede omdat maar een klein deel van de jongeren content creëert en dit online zet. Een andere reden is dat jongeren de bewerkte foto's, teksten en filmpjes niet op internet zetten, maar ze wellicht wel aan hun vrienden of naaste omgeving laten zien of ze via e-verspreiden.

Om te bekijken wie nu meer aan creatie doet, is er een schaal gemaakt op basis van vragen over het creëren van content.⁶ Deze schaal over creatie laat zien dat meisjes iets actiever zijn met het creëren van nieuwe content. Tussen de opleidingsniveaus bestaan nauwelijks verschillen. Tieners van Turkse origine lijken veel minder content te creëren dan de andere tieners, maar zoals eerder gezegd, dienen deze verschillen voorzichtig geïnterpreteerd te worden.

Tabel 4.7

Online cultuurparticipatie (creatie) van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst (gemiddelden op schaal van 0-8)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	TU	MA	S/A
creatie	3,7	3,3	4,0	3,6	3,7	3,8	3,7	2,9	3,9	4,0
(n)	1374	615	759	482	526	360	1049	46	54	48

Bron: SCP (ICTS'08)

Net als voor content en contact, onderzoeken we in hoofdstuk 7 welke factoren voor creatie van invloed zijn op de online culturele participatie van tieners. Voor de analyse van creatie wordt de hier geïntroduceerde schaal gebruikt.

4.6 Slot

Jongeren houden ervan om zelf actief en creatief te zijn. De meerderheid maakt wel eens een foto of filmpje met hun mobiel. Cultureel getinte filmpjes maakt een kleinere groep. Ook foto's bewerken doen veel tieners, voornamelijk meisjes, maar naarmate de creatieve computeractiviteiten moeilijker worden, haken meer tieners af. De meer ingewikkelde activiteiten ondernemen jongens vaker dan meisjes. Vmbo'ers blijken op een aantal gebieden creatiever en meer tijd te besteden aan het creëren van nieuwe content dan jongeren op de havo en het vwo. Over het geheel gezien, zijn meisjes iets meer bezig met creatie dan jongens.

Met de opkomst van web 2.0-toepassingen is het gemakkelijker geworden om zelf (culturele) content aan het web toe te voegen. Een typisch voorbeeld hiervan zijn de sociale netwerksites, waarvan Hyves erg geliefd is onder tieners. Via een eigen pagina of profiel is het mogelijk (culturele) interesses toonbaar te maken, bijvoorbeeld door lid te worden van groepen of door op een persoonlijk profiel je interesses te omschrijven. Verder heeft een deel van de tieners muziek en/of een filmpje geupload, al zijn deze in de meeste gevallen niet zelfgemaakt. Iets minder dan de helft van de jongeren is lid van een culturele hyve, voornamelijk van een hyve gericht op muziek, film of een televisieprogramma. Wederom gaat op dat hoe traditioneler de cultuur, hoe minder leden de hyve trekt. Tieners hebben weinig interesse in hyves van culturele instellingen en ook een gastenboek vinden ze niet belangrijk op sites van culturele instellingen. Hyves zien tieners vooral als een medium waarop je met je vrienden communiceert.

Noten

- 1 Deze term is tijdens een brainstormsessie met Tim O'Reilly ontstaan, door hem verspreid en sinds de gelijknamige conferentie in oktober 2004 heeft de term steeds meer bekendheid gekregen.
- 2 Geraadpleegd op 01-12-2010.
- 3 <http://www.hrlog.nl/2009/10/26/recruitment-via-facebook/> en <http://www.netwerven.nl/social-media/facebook-3-miljoen-nederlandse-gebruikers/>
- 4 We hebben tabel 4.5 en 4.6 niet uitgesplitst naar etnische achtergrond. Een groot deel van de niet-autochtone jongeren heeft geen website. Hierdoor blijft er een te kleine groep over om de antwoorden uit te splitsen.
- 5 <http://www.brooklynmuseum.org/>
- 6 De schaal creatie bestaat uit tien items: hoe vaak jongeren de computer gebruiken voor het bewerken van foto's, het bewerken van video's, het maken van een tekening en het maken van muziek. Of jongeren foto's en filmpjes maken met de mobiele telefoon. Of jongeren wel eens een filmpje maken en online zetten, waarin ze zingen, rappen, dansen of een toneelstukje doen. Of jongeren een zelfgemaakt nummer, zelfgemaakt filmpje of een zelfgeschreven weblog, gedicht of andere tekst op een profielpagina van een sociale netwerksite hebben staan. De schaal heeft een betrouwbaarheid van .68. De betrouwbaarheid is niet hoog, maar het is niet mogelijk een betere schaal te maken. Daarom is besloten met deze schaal verder te gaan.

5 Digitale vaardigheden en sociale context

5.1 Cultuur in het internettijdperk

Veel jongeren zijn opgegroeid in de aanwezigheid van nieuwe media. Doordat deze naar verwachting een blijvende invloed hebben op het leven van tieners, worden de tieners die na 1980 geboren zijn als ‘digitale generatie’ beschouwd en kent men deze generatie goede vaardigheden toe in de omgang met nieuwe media. Goede vaardigheden zijn belangrijk bij het zoeken in en beoordelen van de grote hoeveelheid informatie die de nieuwe media bieden, maar ook voor het creëren van nieuwe content. Zoals eerder gezegd, toont ander onderzoek aan dat tieners niet op alle terreinen over meer digitale vaardigheden beschikken dan hun ouders, vooral de moeilijke vaardigheden beheersen vaders meestal beter (Duimel en De Haan 2007). Ook de capaciteit om op internet informatie voor schoolprojecten te vinden en om de betrouwbaarheid van die informatie te beoordelen is nogal eens te hoog ingeschat (Van Deursen en Van Dijk 2008; Walraven et al. 2008). Jongeren besteden op internet de meeste tijd aan chatten met vrienden via onder andere msn, het bijhouden van hun Hyvespagina en het spelen van games. Evenzeer in trek zijn populaire muziek en films. Sinds de internetverbindingen sneller zijn geworden, neemt het downloaden van muziek en films toe. Het internetgebruik heeft zich door deze toepassingen in het hart van de jeugdcultuur genesteld. Op internet zijn jongeren vooral bezig met het opzoeken van informatie en het communiceren over onderwerpen die aansluiten bij de eigen leefwereld en jeugdcultuur. Anders ligt dat voor de traditionele cultuur. Cultureel erfgoed en podiumkunsten als klassieke muziek en toneel zijn vooral cultuuruitingen die in het gezelschap van ouders of in het kader van onderwijsverplichtingen bezocht worden en waarover minder in de vrije tijd gecommuniceerd wordt. De inzet van deze opvoeders is erop gericht om bekendheid hiermee te vergroten en om waardering op te wekken. Voordat enige affiniteit voor de traditionele cultuur kan groeien, moet er vaak enige en soms ook heftige weerstand overwonnen worden. Deels is dit een clichébeeld van de jeugd. Er zijn immers vele jongeren die naar een museum gaan en daar plezier aan beleven of zelf een muziekinstrument bespelen en daardoor bekend raken met klassieke muziek en hiervan gaan houden. Voor een groot deel klopt het echter dat jongeren onverschillig of afwijzend staan ten opzichte van traditionele cultuur (De Waal 1989; Vogelaar en Rynja 2005).

Het lag voor de hand dat opvoeders het populaire internet inzetten om de belangstelling voor traditionele cultuur aan te wakkeren. Maar werkt dat wel zo? Voor de ontwikkeling van affiniteit met en interesse in kunst en cultuur speelt in ieder geval de sociale omgeving van de jongeren een grote rol. Jongeren die opgroeien in een cultureel actief gezin, blijken meer interesse te hebben en meer te participeren op cultureel gebied dan jongeren die geen cultureel actieve ouders hebben (o.a. De Jager 1967; Nagel 2004). Ook via school komen jongeren in aanraking met kunst en cultuur. Naarmate jongeren ouder worden gaan de *peers* een grotere rol spelen bij het vormen van meningen en interesses (Van Wel 1993). Als de vrienden afwijzend staan tegenover kunst en cultuur, zullen de sterk beïnvloedbare tieners het liever eens zijn met hun vrienden dan te worden uitgesloten.

In dit hoofdstuk bekijken we de digitale vaardigheden en de cultuurdeelname van jongeren en hun directe omgeving. Naar verwachting hebben de digitale vaardigheden en de sociale context invloed op de online participatie op cultureel gebied van tieners. Digitale vaardigheden hebben tieners nodig om goed te kunnen omgaan met online content en om meer ingewikkelde bewerkingen op content uit te voeren, bijvoorbeeld het bewerken van een film. De sociale context beïnvloedt de interesses en het gedrag van jongeren. In hoofdstuk 7 onderzoeken we in welke mate digitale vaardigheden en de sociale context de online cultuurparticipatie van jongeren daadwerkelijk beïnvloedt.

5.2 Digitale vaardigheden van tieners

Instrumentele, structurele en strategische digitale vaardigheden

Het beste beeld van digitale vaardigheden is te verkrijgen door mensen opdrachten te laten uitvoeren achter een pc. In dit onderzoek is voor een minder nauwkeurige maar praktisch beter uitvoerbare manier gekozen: zelfinschatting van de vaardigheden aan de hand van een aantal vragen in de enquête. Deze manier kan tot een vertekend beeld leiden door foutieve inschatting, wensdenken of valse bescheidenheid. Ondanks deze nadelen biedt het totaalbeeld van de vragen toch de mogelijkheid het verschil in vaardigheden tussen jongeren weer te geven (De Haan en Huysmans 2002).

De digitale vaardigheden zijn onder te verdelen in drie typen: instrumentele, structurele en strategische vaardigheden (Steyaert 2000). Deze vaardigheden kunnen naast de pc ook betrekking hebben op andere technologie, bijvoorbeeld mobiele telefoons of dvd-spelers. Voor dit onderzoek zijn de scholieren echter vaardigheden voorgelegd die betrekking hebben op het gebruik van de pc en het internet.

Onder de instrumentele vaardigheden wordt het bedienen van apparatuur verstaan. Dit zijn zowel eenvoudige handelingen zoals het verplaatsen van zinnen in een tekstdocument, als ingewikkeldere handelingen, bijvoorbeeld een nieuwe versie van Windows installeren.

Structurele vaardigheden verwijzen naar 'wat onmiddellijk betrekking heeft op de (nieuwe) structuur waarin informatie zich bevindt' (Steyaert 2000: 36). Daarnaast hebben deze vaardigheden ook betrekking op de mate waarin men om kan gaan met de geboden informatie (Steyaert 2000; De Haan en Huysmans 2002). In dit onderzoek gaat het vooral om het begrijpen, beoordelen en selecteren van informatie op het internet. Voorbeelden hiervan zijn de bekwaamheid om goed gericht informatie te zoeken die past bij de zoekopdracht en het evalueren van de gevonden informatie. Ook gaat het om het doorzien van de herkomst van bepaalde informatie en de bedoelingen van degene die de informatie online heeft gezet. Bij deze vaardigheden wordt vaak getwijfeld aan de beheersing ervan door tieners. Uit onderzoeken waarbij meerdere proefpersonen computertesten uitvoerden, bleken tieners niet zo goed te zijn in deze vaardigheden en informatie niet vaak te evalueren (Van Deursen en Van Dijk 2008; Walraven et al. 2008). In tegenstelling tot de beeldvorming blijkt dat ouderen juist beter zijn in het evalueren en controleren van informatie op internet (Van Deursen 2010).

Onder strategische vaardigheden verstaan we de toepassing van informatie in de eigen leefsituatie door actief te zoeken naar informatie en het maken van beslissingen op basis

van de gevonden informatie (Steyaert 2000; De Haan en Huysmans 2002). Wederom gaat het in dit onderzoek om aan de pc en internet gerelateerde vaardigheden, zoals de mate waarin jongeren het internet gebruiken om producten te vergelijken.

Instrumentele vaardigheden

Een duidelijke scheiding is te zien tussen de makkelijkere instrumentele vaardigheden (de eerste drie vaardigheden in tabel 5.1 en 5.2) en de moeilijker instrumentele vaardigheden (de laatste drie vaardigheden in tabel 5.1 en 5.2). Bijna alle jongeren beheersen de makkelijkere vaardigheden, terwijl maar een derde van de jongeren een harde schijf in de computer kan plaatsen. Deze vaardigheid is door de voortschrijdende techniek minder van belang. Bij laptops en mobiele telefoons is het plaatsen of vervangen van hardware door mensen zelf niet gebruikelijk en het merendeel zal ook niet weten hoe dit moet. In tegenstelling tot vroeger weten tegenwoordig immers ook weinig mensen precies wat er onder de motorkap van hun auto zit en hoe ze onderdelen moeten vervangen.

Tabel 5.1

Zelfinschatting beheersing instrumentele vaardigheden door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
Ik kan zinnen op een andere plaats in een verhaal zetten (bv. in Word)	95	95	96	91	98	98	96	89	96	98
Ik kan een bestaand plaatje in een verhaal toevoegen (bv. in Word)	96	94	97	92	98	99	96	92	96	95
Ik kan een verzendlijst maken waarmee je een e-mail aan meerdere personen tegelijk kan versturen	91	89	94	86	95	95	92	83	88	98
Ik kan een nieuwe versie van Windows installeren	59	69	50	62	59	54	57	64	64	59
Ik kan een antivirusprogramma installeren en vernieuwen	58	73	44	57	58	58	56	64	62	69
Ik kan een harde schijf in de computer plaatsen	33	46	20	40	31	24	30	42	46	38
(n)	1580	746	834	577	605	388	1192	53	69	61

Bron: SCP (ICTS'08)

De moeilijker instrumentele vaardigheden hebben meer jongens dan meisjes onder de knie. Een mogelijke verklaring is dat jongens meer affiniteit hebben met techniek dan meisjes (De Haan en Huysmans 2002). De makkelijkere vaardigheden beheersen meer hoog- dan laagopgeleide tieners. Daarentegen lijken meer laagopgeleiden de

moelijkere instrumentele vaardigheden te beheersen; van hen kan in vergelijking met hoger opgeleide tieners een groter deel een nieuwe versie van Windows installeren en een harde schijf in een computer plaatsen. Een mogelijke verklaring is dat vmbo'ers op school les krijgen in meer praktische toepassingen van ICT en beroepsvaardigheden. Onderdeel hiervan is de installatie van soft- en hardware (De Haan en Huysmans 2002). Het bekijken van de instrumentele vaardigheden naar etnische herkomst laat geen eenduidig beeld zien (figuur 5.1). Het maken van een verzendlijst, een van de makkelijkere instrumentele vaardigheden, beheerst een kleiner deel van jongeren van Marokkaanse afkomst, vooral in vergelijking met tieners van Surinaamse en Antilliaanse herkomst. De tieners van Turkse origine en de autochtone tieners zitten hier tussenin. Het plaatsen van een harde schijf in de computer kunnen veel minder autochtone tieners in vergelijking met tieners van Turkse en Marokkaanse origine. Tussen de andere vaardigheden zijn geen duidelijke verschillen te zien.

In een open vraag is de tieners gevraagd, wat zij ervan vinden dat veel volwassenen denken dat tieners alles op internet doen en goed met de computer kunnen omgaan. Veel jongeren beamen in hun antwoord dat zij inderdaad veel online zijn, maar betwijfelen of ze goed zijn in de omgang met internet en de pc. Een meisje geeft een antwoord dat aansluit bij het grote verschil tussen de makkelijke vaardigheden en het omgaan met de hardware of besturingssysteem:

De meeste weten wel veel van msn en internet af, maar als de computer het even niet meer doet raken ze in paniek of willen ze meteen weer een nieuwe, dus van de computer zelf weten ze niets, maar van internet en msn wel.

Dayenne, 3 vmbo

Dat ze vooral weten hoe internet en msn werkt geven meer tieners aan:

Sommige tieners kunnen zeker goed overweg met de computer en doen alles op internet, maar veel tieners weten hoe msn en zijn/haar Explorer werkt en daar blijft het bij...

Timothy, 3 vwo

Rondklikken op het internet gaat jongeren gemakkelijk af. Doordat ze dit van jongs af aan doen en vele uren per week kunnen ze snel hun weg vinden op internet, snel klikken en webpagina's scannen. Het is niet verwonderlijk dat tieners het best zijn in hetgeen ze het vaakst doen, maar alle handelingen hebben ze allemaal een keer moeten leren, zoals tieners ook zelf aangeven:

Wij zijn ermee opgegroeid, en tenminste ik heb door de jaren heen ontdekt hoe alles werkt. In klas 1 en 2 heb ik ook computerles op school gehad om nog extra dingen te leren bv Excel en Word.

Diliana, 3 vmbo

Van de tieners is 57% het eens met de stelling dat de computervaardigheden van tieners door volwassenen worden overschat. Uit eerder onderzoek bleek eveneens dat ouders de vaardigheden van hun kind veel beter inschatten dan het kind zelf (Duimel en De Haan 2007).

Structurele vaardigheden

De digitale generatie wordt soms de knip-en-plakgeneratie genoemd. Hiermee wordt bedoeld dat ze hun identiteit vormgeven door verschillende stijlen te combineren, maar ook dat ze werkstukken maken door teksten (letterlijk) te knippen en plakken.¹ Dit laatste lijkt inderdaad voor de helft van de jongeren te gelden. Van de ondervraagde scholieren vindt 54% het goed om op internet informatie te knippen en plakken voor een werkstuk (niet in tabel). Meisjes keuren dit iets vaker af dan jongens (resp. 38% en 31%, zie tabel 5.3). Naarmate tieners hoger zijn opgeleid, zijn ze vaker tegen het letterlijk overnemen van teksten van internet. Mogelijk is men op de hogere schoolniveaus meer gericht op het kritisch leren omgaan met informatie dan op het vmbo. Naar etnische herkomst zijn er weinig verschillen, behalve dat tieners van Marokkaanse herkomst in vergelijking met de andere groepen vaker vinden dat het letterlijk overnemen van teksten niet kan (tabel 5.4).

Een ruime meerderheid van de ondervraagden zegt meestal meer dan één woord in een zoekopdracht te gebruiken (tabel 5.2). Deze vaardigheid is gericht op het toepassen van een goede strategie om een zoekresultaat te krijgen dat aansluit bij de vraag waarop men een antwoord zoekt. Een andere manier om dit te bewerkstelligen is het gebruik van leestekens. Een minteken voor een woord in een zoekopdracht betekent bijvoorbeeld dat het betreffende woord niet in het resultaat mag voorkomen. Slechts een op de vijf tieners maakt gebruik van leestekens in zoekopdrachten. Het bekijken van meerdere zoekresultaten om de informatie te controleren doet 63% van de ondervraagde jongeren. Hoger opgeleiden doen dit vaker dan lager opgeleiden. De andere structurele vaardigheden worden door een aanzienlijk kleiner deel van de ondervraagden ingezet. Zo kijkt minder dan een derde van de jongeren naar meerdere pagina's zoekresultaten van zoekmachines en een kwart van de jongeren controleert de bron van de gevonden informatie. Er zijn weinig verschillen tussen jongens en meisjes in de informatievaardigheden, maar wel tussen tieners van verschillende opleidingsniveaus. Hoe hoger opgeleid, hoe vaker de jongeren zeggen de vaardigheid toe te passen, op het gebruik van leestekens na.

Als we naar de etnische herkomst van de tieners kijken, is er geen duidelijke lijn te zien in de verschillen in beheersen van structurele vaardigheden (tabel 5.2). Tieners van Marokkaanse herkomst verschillen alleen van autochtone tieners in hun grotere weerstand tegen het knippen en plakken van teksten. Jongeren van Turkse herkomst gebruiken minder vaak meerdere woorden in een zoekopdracht, maar gebruiken wel iets vaker leestekens. Tieners van Surinaamse of Antilliaanse origine lijken vaker de bron van de gevonden informatie te controleren, maar vergelijken minder vaak meerdere zoekresultaten.

Tabel 5.2

Zelfinschatting beheersing structurele vaardigheden door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
Ik gebruik meestal meer dan één woord in een zoekopdracht	72	71	74	65	74	80	74	74	63	61
Ik check vaak meerdere zoekresultaten om informatie te controleren	63	62	65	53	68	70	63	63	75	57
Het is niet o.k. om informatie op het internet te knippen en te plakken voor bv. een werkstuk	35	31	38	25	37	44	33	45	37	31
Ik kijk meestal naar meerdere pagina's zoekresultaten van Google (of andere zoekmachines) dan alleen de eerste	32	30	34	26	33	40	34	31	21	30
Als ik bruikbare informatie heb gevonden, check ik meestal wie die informatie op internet heeft gezet	26	27	24	20	25	35	25	24	28	38
Ik gebruik vaak leestekens in een zoekopdracht (zoals "..." of -)	20	20	21	21	20	20	20	15	28	23
(n)	1570	737	833	572	600	388	1184	54	67	61

Bron: SCP (ICTS'08)

Strategische vaardigheden

Door internet effectief toe te passen in het dagelijkse leven kan men voordelen en persoonlijke doelen behalen. Zo is het mogelijk geld of tijd te besparen of betere keuzes te maken door informatie op te zoeken en producten te vergelijken (Steyaert 2000; De Haan en Huysmans 2002). De meerderheid van de ondervraagde tieners maakt gebruik van strategische vaardigheden. Bijna allemaal gebruiken ze in Google de optie 'afbeeldingen zoeken' om plaatjes of foto's op te zoeken voor een werkstuk (tabel 5.3). Een meerderheid van de ondervraagde tieners zegt mobiele telefoons online te vergelijken voor zij deze aanschaffen en op internet te zoeken of ze iets goedkoper kunnen vinden dan in de winkel. Hoger opgeleide tieners doen dit vaker dan lager opgeleide tieners. Jongens kijken iets vaker dan meisjes op internet of zij iets goedkoper kunnen vinden dan in de winkel. De ondervraagde tieners van Marokkaanse herkomst kijken eveneens minder vaak op internet of een product goedkoper is dan in de winkel. Een mogelijke verklaring is het lagere internetgebruik van deze groep in vergelijking met de andere groepen.

Tabel 5.3

Zelfinschatting beheersing strategische vaardigheden door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
Ik gebruik wel eens de optie 'afbeeldingen zoeken' in Google (of andere zoekmachines) om plaatjes aan een werkstuk toe te voegen	95	93	96	90	97	97	95	92	91	95
Als ik een nieuwe mobiel wil kopen, vergelijk ik verschillende toestellen op internet	64	64	63	55	64	75	65	58	60	59
Ik zoek op internet of ik iets goedkoper kan kopen dan in de winkel	52	58	46	45	56	57	54	38	48	43
(n)	1571	735	836	574	599	388	1186	52	67	61

Bron: SCP (ICTs'08)

Digitale vaardigheden en de 3 C's

Inmiddels hebben zo goed als alle tieners een of meerdere computers met internet thuis en gebruiken deze over het algemeen regelmatig. Verschillen tussen jongeren tekenen zich af in de vaardigheden waarover ze beschikken, bijvoorbeeld tussen jongens en meisjes bij de moeilijkere instrumentele vaardigheden. Ook zijn er verschillen tussen de opleidingsniveaus: hoger opgeleide tieners beheersen bijna alle vaardigheden beter, alleen de moeilijkere instrumentele vaardigheden lijken de lager opgeleiden iets beter onder de knie te hebben.

Zoals eerder is vermeld, hebben digitale vaardigheden naar verwachting invloed op de mate waarin jongeren online cultureel participeren. Het opzoeken van informatie voor bijvoorbeeld een werkstuk en het bewerken van films vergt immers vaardigheden in het omgaan met de pc en het internet. In welke mate digitale vaardigheden invloed hebben op online cultuurparticipatie en de verschillen in content, contact en creatie tussen tieners verklaren, onderzoeken we nader in hoofdstuk 7. Hier bekijken we of er een samenhang is tussen de vaardigheden en content, contact en creatie.

Om de samenhang tussen de online cultuurparticipatie en de digitale vaardigheden te kunnen bekijken, zijn de stellingen over de vaardigheden samengenomen tot een schaal.

² De stellingen waarmee de strategische en structurele vaardigheden van de jongeren zijn onderzocht, vormen echter geen solide schaal. Daarom is besloten om alleen de instrumentele vaardigheden nader te bekijken.³

Naarmate tieners betere instrumentele vaardigheden bezitten, creëren ze vaker nieuwe culturele content (tabel 5.4). Een deel van creatie, denk aan het bewerken van foto's en films, vraagt dan ook enige vaardigheid in de omgang met bewerkingsprogramma's

op de pc. Er is ook enige samenhang te zien tussen vaardigheden en contact; naarmate tieners betere instrumentele vaardigheden bezitten hebben zij meer contact online. Er is geen verband tussen het opzoeken van informatie op internet en de instrumentele vaardigheden van tieners.

Tabel 5.4

Samenhang tussen online cultuurparticipatie (content, contact en creatie) en de instrumentele vaardigheden van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (correlaties; n = 1353)

	instrumentele vaardigheden
content	.03
contact	.10**
creatie	.24**

** = $p < 0,01$

Bron: SCP (ICTS'08)

5.3 Cultuurparticipatie; jongeren, ouders en vrienden

Cultuurparticipatie in real life

Een deel van de online culturele activiteiten van jongeren bestaat uit opdrachten van school. In de vrije tijd besteden jongeren alleen tijd aan het zoeken of creëren van content over kunst en cultuur en hebben zij contact hierover als zij dit interessant en leuk vinden. De ontwikkeling van voorkeuren is deels afhankelijk van de omgeving. Zo hebben op jonge leeftijd de ouders en de school invloed, naarmate jongeren ouder worden ontwikkelen ze steeds meer hun eigen smaak en krijgen vrienden meer invloed (Van Wel 1993).

Tijdens de opvoeding van kinderen dragen ouders hun gewoontes, interesses en gedragingen over op hun kinderen. Onderdeel van deze overdracht of socialisatie van de kinderen is het overdragen van de interesse in cultuur. Een deel van de ouders, vooral de hoger opgeleiden, neemt hun kinderen al op jonge leeftijd mee naar musea, monumenten en culturele voorstellingen (vgl. Schols et al. 2010). De leeftijd waarop jongeren voor het eerst in aanraking komen met cultuur is van belang voor de affiniteit en interesse op latere leeftijd in cultuur. Tieners die hiermee op jonge leeftijd in aanraking zijn gekomen, blijken op latere leeftijd vaker op eigen initiatief culturele instellingen te bezoeken (Nagel 2004) en cultureel actief te zijn (Ganzeboom 1989; Maas et al. 1990; Nagel et al. 1996). Kinderen die opgroeien in gezinnen waar zij een brede culturele introductie krijgen, hebben vaak ook het voordeel dat zij (andere) vaardigheden en houdingen aangeleerd krijgen die bevorderlijk zijn voor schoolprestaties. Op die manier werkt het ouderlijk milieu door in zowel de schoolprestaties als de culturele activiteiten (Ganzeboom 1989; Ganzeboom et al. 2003). Door de grote aandacht voor kunst en cultuur op scholen, komen jongeren ook daar in aanraking met verschillende vormen

van cultuur. In welke mate de school invloed heeft op de cultuurparticipatie *in real life* en online, komt in het volgende hoofdstuk aan bod.

Tussen hun zesde en twaalfde gaan veel kinderen nog met hun ouders mee naar culturele instellingen. Naarmate kinderen ouder worden, meer zelfstandig zijn en hun eigen smaak beginnen te ontwikkelen, bepalen ze vaker of ze wel of niet met hun ouders meegaan. De vrienden gaan dan een steeds grotere rol spelen (Van Wel 1993). Pubers vinden het belangrijk wat leeftijdsgenoten van hun vinden en gedragen zich daardoor vaak volgens een bepaalde subcultuur. Er zijn verschillende subculturen te onderscheiden binnen de jeugdcultuur, waarbij muziekvoorkeur aan stijlen van kleding en haardracht gekoppeld wordt.

Culturele activiteiten die tot de populaire cultuur gerekend worden, sluiten veel meer aan bij de voorkeuren van jongeren dan de meer traditionele cultuur. Deze traditionele cultuur, bijvoorbeeld cultureel erfgoed, balletvoorstellingen en toneel, heeft meer het karakter van wat (een deel van de) opvoeders in cultuuroverdracht van belang vinden. Jongeren vinden deze culturele instellingen en voorstellingen vaak saai. Een bezoek aan traditionele cultuur is voor hen dan ook eerder statusverlagend dan statusverhogend. Pubers zijn bang uitgelachen te worden als vrienden horen dat ze bijvoorbeeld naar de schouwburg zijn geweest (De Waal 1989; Ter Bogt 1990; Vogelaar en Rynja 2005).

In deze paragraaf komt eerst de offline cultuurdeelname van jongeren zelf aan bod, gevolgd door de deelname aan cultuur van ouders en vrienden. Bij ouders en vrienden bekijken we in welke mate hun deelname van invloed is op de deelname van jongeren aan culturele activiteiten. Aan het einde van de paragraaf onderzoeken we of jongeren die offline veel participeren ook online cultureel actief zijn. De cultuurdeelname is gemeten aan de hand van het aantal verschillende culturele instellingen en voorstellingen dat tieners, hun ouders en hun vrienden bezoeken.⁴

Cultuurparticipatie van jongeren

Volgens jongeren zijn kunst en cultuur saai omdat er naar hun idee weinig gebeurt en er nauwelijks actie in zit. Het is dan ook niet verwonderlijk dat het bezoeken van een klassiek concert samen met het bezoeken van een balletvoorstelling op de laatste plaats staat (tabel 5.5). Nergens is de kloof met jeugdcultuur zo groot als bij een klassiek concert waar men lang stil moet zitten en in grote concentratie luisteren (Smithuijsen 2001). Voor pubers is dat nauwelijks op te brengen (Nagel 2004). De jongeren die wij in een open vraag hebben voorgelegd hoe het komt dat veel jongeren een museum of toneelvoorstelling saai vinden, beamen deze eerdere bevindingen. Veel jongeren geven aan dat zij behoefte hebben aan meer actie, spanning en spectaculaire zaken. Ook lijken ze niet zo geboeid door het verleden, zoals onder andere Manouk stelt:

Ik denk dat er weinig dingen te zien zijn en een museum is vaak over vroeger. Jongeren willen liever iets zien over de toekomst. Een toneelvoorstelling is soms ook over de geschiedenis. En vaak zijn toneelvoorstellingen langdradig dus ook saai!

Manouk, 3 vmbo

Ook andere tieners schrijven hierover, ze willen geen oude dingen zien, maar nieuwe dingen:

Het gaat heel vaak over de tijd waarin wij niet leven, het is veel leuker als je een voorstelling ziet van je eigen tijd, waarin je leeft.

Nina, 3 vwo

Hoewel jongeren kunst en cultuur vaak saai vinden, is de cultuurparticipatie van jongeren in de afgelopen decennia toegenomen (tabel 5.5). Bezocht in 1995 39% van de tieners een museum; in 2007 is dit toegenomen tot 51%. In bijna de helft van de gevallen was dit een kunstmuseum. Ook het bezoek aan galleries, ballet- en cabaretvoorstellingen, popconcerten en bioscopen nam in de periode 1995-2007 toe. Een afname is te zien bij het bezoek aan klassieke concerten en monumenten.

Tabel 5.5

Cultuurparticipatie in de 12 maanden voorafgaand aan de enquête, bevolking 12-18 jaar, 1995-2007 (in procenten; n = 1059)

	1995	1999	2003	2007
bioscoop en filmhuis	82	84	90	89
museum	39	39	45	51
waarvan kunstmuseum	14	.	21	24
monument	45	43	43	40
popmuziek	29	36	32	37
toneel	29	32	32	36
galerie	14	13	16	21
cabaret	7	9	11	13
klassieke muziek	10	8	7	7
ballet	2	4	4	6

. = gegevens ontbreken

Bron: SCP (AVO'95-'07)

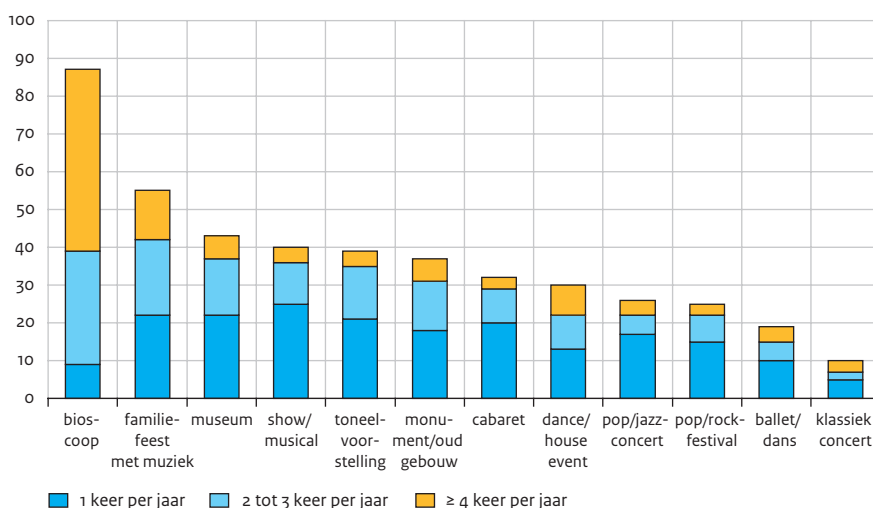
Met steeds meer ouders die hoger opgeleid en zelf cultureel actief zijn, ligt het voor de hand dat een groter deel van de kinderen door hun ouders wordt meegenomen voor een bezoek aan musea en podia. Dit verklaart mogelijk een deel van de toename van de participatie van jongeren in de afgelopen jaren. Sinds in 1996 het beleid is ingezet om cultuur en scholen meer met elkaar te verbinden, bezoeken jongeren ook vaker met school culturele instellingen dan voorheen (Ganzeboom et al. 2003). Een ander deel van de toename van de participatie in de afgelopen decennia is daarom toe te schrijven aan de school. De invloed van school komt aan de orde in het volgende hoofdstuk.

De gegevens uit het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek (AVO) komen in grote lijnen overeen met de uitkomsten van het onderzoek onder leerlingen in het voortgezet onderwijs uit 2008.⁵ Opnieuw blijkt dat de bioscoop de meest populaire culturele instelling onder tieners is (figuur 5.1). De helft van de ondervraagde tieners gaat hier meer dan vier keer per jaar naar toe in hun vrije tijd. Uit deze meting blijkt ook dat veel tieners een museum bezoeken. Wederom blijkt dat jongeren klassieke concerten

het minst bezoeken. Opmerkelijk is dat activiteiten die vaak met jeugdcultuur worden geassocieerd, zoals houseparty's of popconcerten, in de vrije tijd niet door een groter deel van de jongeren bezocht wordt dan toneelvoorstellingen en oude gebouwen. In vergelijking met traditionele kunst- en cultuurvormen zoals ballet, dans en klassieke concerten is de groep die regelmatig een dance- of house event bezoekt wel groter.

Figuur 5.1

Bezoek aan culturele instellingen en evenementen in de vrije tijd van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1523)



Bron: SCP (ICTS'08)

De ondervraagde tieners waren bij hun eerste bezoek aan het museum gemiddeld 6,5 jaar en de eerste keer dat zij naar de film gingen gemiddeld 6,4 jaar. De gemiddelde leeftijd waarop tieners voor het eerst een theater (8,5 jaar) en een concert (10,6 jaar) bezochten ligt een stuk hoger. Musea en films zijn dan ook toegankelijker voor jonge kinderen dan theatervoorstellingen en concerten. Het aanbod van jeugdtheater is het afgelopen decennium wel toegenomen.

Het eerste bezoek van tieners aan vormen van cultuur was meestal met de ouders (niet in tabel). Een kleiner deel is voor het eerst met school naar een museum of theater geweest en met vrienden naar een film of concert. De populariteit van de bioscoop en het bezoek aan popconcerten komt waarschijnlijk voort uit het eigen initiatief van tieners, bij andere cultuurvormen ligt het meer voor de hand dat ouders en docenten een rol spelen (Ter Bogt 1990). Het merendeel van de tieners is waarschijnlijk niet geïnteresseerd genoeg om uit vrije wil en op eigen initiatief traditionele kunstvormen te bezoeken (Van den Broek et al. 2009).

Van de culturele instellingen en evenementen in figuur 5.1 bezochten de ondervraagde tieners in het jaar voorafgaand aan het onderzoek gemiddeld 4,3 van de instellingen. Het gaat hierbij om een bezoek van minimaal een keer per jaar, dus mogelijk ligt het aantal bezoeken aan culturele instellingen hoger dan deze 4,3. Meisjes zijn met een gemiddelde van 4,8 culturele instellingen en evenementen breder cultureel geïnteresseerder dan jongens (gemiddeld 3,7 bezoeken). Met name in de traditionele cultuurvormen zijn meisjes meer geïnteresseerd dan jongens (vgl. Van Wel 1993; Ter Borgt 1990), maar ook populaire cultuurvormen bezoekt een groter deel van de meisjes (zie tabel 5.6). Meer meisjes dan jongens gaan naar cultureel erfgoed (museum of monument), toneel, een show of musical, of een dans- of balletvoorstelling. Van de jongens gaat daarentegen een groter deel naar een dance- of housefeest.

Tabel 5.6

Bezoek aan culturele instellingen en evenementen in de vrije tijd van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; minimaal één keer in het afgelopen jaar)

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
bioscoop	88	84	92	83	91	91	88	72	92	88
familiefeest met muziek	56	49	62	56	57	54	53	67	60	79
museum	44	39	48	27	46	66	46	30	32	29
show/musical	41	27	53	31	44	51	44	21	17	39
toneelvoorstelling	40	30	48	24	43	59	43	22	15	34
monument/oud gebouw	36	32	40	20	38	57	39	18	12	22
cabaret	32	31	30	21	33	46	34	22	21	33
dance/house event	30	34	27	34	30	25	30	22	29	40
pop/jazz concert	26	21	30	20	26	36	27	19	20	28
pop/rock festival	25	26	25	24	24	30	26	15	15	24
ballet/dansvoorstelling	19	9	27	13	22	21	18	9	12	21
klassiek concert	10	10	10	7	11	14	10	9	9	9
(n)	1523	702	821	556	581	377	1153	54	66	57

Bron: SCP (ICTS'08)

Tieners die een hogere opleiding volgen zijn cultureel actiever dan lager opgeleiden (tabel 5.7). Vooral bij de traditionele vormen van cultuurparticipatie is dit te zien, deze worden meer door hoger opgeleide tieners bezocht. Dance- en housefeesten worden meer door laagopgeleide tieners bezocht. Hoger opgeleiden bezoeken gemiddeld meer verschillende culturele instellingen en voorstellingen per jaar. Zo bezochten de ondervraagde lager opgeleide tieners gemiddeld 3,4 verschillende culturele instellingen en voorstellingen per jaar tegenover gemiddeld 5,3 per jaar door de hoger opgeleide tieners. Allochtone ouders beschikken over minder hulpbronnen dan autochtone ouders en zijn in hun culturele oriëntatie minder op het Nederlandse kunstenaanbod gericht

(Van den Broek 2008). Dat hun kinderen ook minder affiniteit hebben met kunst en cultuur is terug te zien in de cultuurparticipatie van jongeren van niet-westerse herkomst. Nakomelingen van niet-westerse migranten brengen minder vaak een bezoek aan traditionele cultuur, dat is vooral te zien bij erfgoed. Familiefeesten met muziek bezoeken de tieners van Turkse, Marokkaanse en Surinaams of Antilliaanse herkomst vaker dan autochtone tieners (vgl. Van den Broek 2008). Van de tieners van Surinaamse of Antilliaanse herkomst zeggen vier op de vijf het afgelopen jaar een dergelijk feest bezocht te hebben. Ook naar dance- of housefeesten gaat deze laatste groep het vaakst. Naast de lagere participatie bezoeken tieners van Turkse en Marokkaanse origine ook gemiddeld minder verschillende culturele instellingen en evenementen per jaar (beide gemiddeld 3,2 per jaar). Autochtone tieners verschillen hierin nauwelijks van tieners van Surinaams of Antilliaanse herkomst (resp. 4,4 en 4,2). Deze verhouding is al geruime tijd stabiel; Van Wel (1993) vond begin jaren negentig vergelijkbare verschillen. In welke mate de offline cultuurparticipatie van de tieners samenhangt met de online cultuurparticipatie wordt nader onderzocht in paragraaf 5.4 en in hoofdstuk 7. Voor deze analyses is een schaal gemaakt voor de offline cultuurparticipatie van tieners.⁶

Cultuurparticipatie van de ouders

De cultuurdeelname van ouders ligt naar inschatting van de ondervraagde tieners lager dan het aandeel tieners dat cultureel actief is (tabel 5.7; vgl. tabel 5.6). Net als de ondervraagde tieners zelf gingen hun ouders het meest naar de bioscoop en het minst naar klassieke concerten. Voor alle culturele instellingen en voorstellingen geldt dat hoogopgeleide en autochtone ouders deze meer bezoeken dan laagopgeleide ouders en ouders van niet-westerse origine. Ouders van Marokkaanse en Turkse herkomst zijn het minst cultureel actief; de helft van deze groep ouders bracht in het jaar voorafgaand aan de enquête minimaal één keer een bezoek aan de bioscoop. Naar de andere culturele activiteiten ging een kwart of een nog kleiner deel van de ouders van Marokkaanse en Turkse origine.

De invloed van ouders op de culturele activiteit van hun kinderen is groot (De Jager 1967; Nagel 2004). Ook in dit onderzoek constateren we dat als ouders cultureel actief zijn, hun kinderen eerder culturele instellingen en evenementen bezoeken (tabel 5.8). Van de ouders die in het afgelopen jaar een cabaretvoorstelling hebben bezocht, heeft 67% van hun tienerkinderen dit ook gedaan. Van de ouders die niet naar een cabaretvoorstelling zijn geweest, is slechts 15% van hun kinderen wel naar een dergelijke voorstelling geweest. Alleen bij de bioscoop is het verschil klein, maar ook daar is nog steeds een verschil te zien tussen de kinderen van ouders die wel naar de bioscoop zijn geweest en kinderen van ouders die geen film hebben bezocht.⁷

Tabel 5.7

Bezoek aan culturele instellingen en evenementen van ouders van de ondervraagde leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar opleidingsniveau en etnische herkomst van de ouders, 2008 (in procenten; minimaal één keer in het afgelopen jaar)

	totaal	laag	midden	hoog	NL	MA	TU	S/A
bioscoop	73	62	79	81	76	51	59	68
show/musical	51	38	56	61	56	26	21	45
toneelvoorstelling	48	28	51	65	53	20	22	33
museum	46	25	44	67	49	19	25	32
monument/oud gebouw	46	26	44	68	51	17	25	25
cabaret	33	19	36	44	36	19	12	31
pop/jazz concert	29	18	30	38	31	11	16	32
ballet/dansvoorstelling	18	10	19	26	18	6	10	22
klassiek concert	16	4	13	27	17	13	4	15
(n)	1559	276	409	539	1179	53	67	58

Bron: SCP (ICTS'08)

Tabel 5.8

Cultuurparticipatie van de leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar naar de cultuurparticipatie van hun ouders, 2008 (in procenten; minimaal één keer in het afgelopen jaar; n = 1503)

	ouders wel	ouders niet
bioscoop	94	72
museum	71	21
cabaret	67	15
show/musical	66	15
toneel	65	17
ballet/dans	63	9
monumenten/oude gebouwen	61	15
pop/jazz concert	54	14
klassiek concert	36	5

Bron: SCP (ICTS'08)

Duidelijk is dat ouders invloed hebben op de offline cultuurparticipatie van tieners. In paragraaf 5.4 bekijken we de samenhang tussen de drie soorten online cultuurparticipatie van tieners (content, contact en creatie) en de offline cultuurdeelname van hun ouders. In welke mate de culturele interesse van ouders de verschillen in de online cultuurparticipatie van tieners kan verklaren, onderzoeken we in hoofdstuk 7. Beide analyses zijn op basis van een schaal voor de offline cultuurparticipatie van de ouders gedaan.⁸

Cultuurparticipatie van de vrienden

Zoals eerder is vermeld, neemt de invloed van vrienden toe naarmate jongeren ouder worden. Vooral in de tienerjaren worden jongeren beïnvloed door hun *peers*. Als onder de vrienden kunst en cultuur als *not done* wordt beschouwd, participeren tieners wellicht minder in vooral de traditionele cultuurvormen. Daarnaast is het mogelijk dat als tieners naar traditionele kunstvormen gaan, zij hier niet met vrienden over spreken. Dit uit zich in de antwoorden van tieners over de cultuurdeelname van hun vrienden. Vooral de populaire culturele activiteiten bezoeken vrienden van de ondervraagden vaak, waarbij de bioscoop het meest geliefd is (tabel 5.11). Ook familiefesten met muziek en shows of musicals worden door een groot deel van de vrienden van de ondervraagde tieners bezocht. Volgens de tieners bezoeken hun vrienden het minst klassieke concerten en ballet- of dansvoorstellingen, al geeft meer dan de helft van de ondervraagde meisjes aan dat hun vrienden wel een balletvoorstelling bezocht hebben in het afgelopen jaar. Onder jongens is dit een veel kleiner deel (21%).

Tieners schatten de deelname van hun vrienden aan populaire cultuur veel hoger in dan de daadwerkelijke participatie van jongeren aan deze cultuurvormen (vgl. tabel 5.5). De tieners hebben bij het beantwoorden van de vraag de gehele vriendengroep in gedachten, waardoor zij ook positief antwoorden als een van de vrienden een bezoek heeft gebracht aan een culturele instelling.

Tabel 5.9

Bezoek aan culturele instellingen en evenementen van vrienden van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, naar geslacht, opleidingsniveau en etnische herkomst, 2008 (in procenten; jongeren die aangeven dat vrienden wel eens gaan naar...)^a

	totaal	jongens	meisjes	vmbo	havo	vwo	NL	MA	TU	S/A
bioscoop	97	96	98	96	98	98	98	98	93	100
familiefest met muziek	84	80	88	84	83	85	85	87	79	83
show/musical	73	60	86	63	77	83	77	55	45	63
dance/house event	68	71	66	71	70	62	68	55	60	76
pop/rock festival	66	63	68	56	69	76	70	25	46	51
pop/jazz concert	64	56	70	51	67	78	66	36	54	64
toneel	63	50	74	48	68	78	64	42	47	63
cabaret	62	62	63	46	66	80	66	36	41	48
museum	54	47	59	37	58	73	55	49	50	37
monument/oude gebouwen	48	40	54	29	53	68	50	28	40	36
ballet/dans	38	21	53	24	42	52	40	23	15	36
klassiek concert	16	15	17	8	19	22	16	6	16	19
(n)	1568	737	831	575	600	383	1183	53	68	59

a Voor cultuurdeelname van de vrienden is niet apart naar het bezoek in de vrije tijd en het bezoek met school gevraagd.

Bron: SCP (ICTS'08)

Tieners bezoeken vaker een culturele activiteit of evenement als hun vrienden dat ook doen (tabel 5.10). Van de tieners die vrienden hebben die in het afgelopen jaar naar een dance- of housefeest zijn geweest, is 42% zelf ook naar een dergelijk evenement geweest. Van de tieners van wie geen van de vrienden naar een dance- of housefeest is geweest, is slechts 7% wel naar een dergelijk feest geweest. De invloed van vrienden lijkt iets kleiner dan die van ouders; de samenhang tussen de eigen cultuurparticipatie van de onder- vraagde tieners en hun vrienden is lager dan de samenhang tussen de eigen participatie en die van de ouders.⁹ Daarbij is het de vraag of de vrienden de tieners beïnvloeden, of dat tieners vrienden hebben met gedeelde interesses. Tieners kunnen bijvoorbeeld een toneelvoorstelling bezoeken omdat al hun vrienden gaan, maar het zal eerder zo zijn dat tieners die in toneel geïnteresseerd zijn, omgaan met vrienden die deze interesse delen.

Tabel 5.10

Cultuurparticipatie van tieners naar de cultuurparticipatie van hun vrienden, leerlingen in het voort- gezet onderwijs 12-18 jaar, 2008 (in procenten; afgelopen jaar minimaal één keer bezocht; n = 1502)

	vrienden wel	vrienden niet
bioscoop	89	55
familiefeest met muziek	64	15
museum	62	23
monumenten/oude gebouwen	55	19
toneel	54	15
show/musical	51	12
cabaret	46	9
dance/housefeest	42	7
ballet/dans	40	6
pop/jazz concert	37	7
pop/rock festival	36	5
klassiek concert	33	6

Bron: SCP (ICTS'08)

Net als voor de tieners en hun ouders, is ook voor de vrienden een schaal gemaakt voor de offline cultuurdeelname.¹⁰ De hier onderzochte invloed van de vrienden betreft de offline cultuurparticipatie. In de volgende paragraaf komt de samenhang tussen de of- fline en de online participatie van jongeren aan bod. Naast de cultuurparticipatie van jongeren op internet en *in real life*, bekijken we ook de samenhang tussen de offline par- ticipatie van ouders en vrienden en de online cultuurdeelname van jongeren.

5.4 Offline en online cultuurparticipatie

ICT kan een bijdrage leveren aan het cultureel actief zijn, bijvoorbeeld het maken van foto's en deze bewerken, maar ook bij culturele instellingen wordt ICT steeds meer ingezet om een bezoek *in real life* op virtuele wijze aantrekkelijk te maken.

Het Nederlands Instituut voor Mediakunst (NIMK) bijvoorbeeld, heeft regelmatig interactieve tentoonstellingen waarbij video en computers worden ingezet. Bij dit museum heeft men gemerkt dat het gebruik van computers de tieners aanspreekt, omdat het dicht bij hun leefwereld staat. Zodra ze zelf iets met ICT mogen doen, raken ze enthousiast. Zo is er een workshop 'circuit bending' gehouden, waarbij de scholieren leerden hoe ze de elektronica in een speelgoedzwaard zodanig konden veranderen (met toevoeging van wat onderdelen), dat er een elektrische gitaar met één snaar ontstond. Opvallend is dat jongeren vaak niet weten of zich niet realiseren dat ook kunstenaars met een computer werken en digitale kunst maken. Sommige scholieren vinden videokunst zelfs vreemd; ze zien niet vaak dat video en computers op die manier gebruikt worden, voor velen is het zelfs nieuw.¹¹ Hoewel deze vormen van cultuur en participatie beter aansluiten bij de leefwereld van jongeren, is het de vraag of het ook leidt tot een grotere cultuurdeelname van jongeren. Voor deze vorm van participatie moet men naar het museum toegaan, iets wat een deel van de tieners niet doet. Er is enige interesse of een sociale omgeving nodig die tieners stimuleert culturele instellingen en evenementen te bezoeken. De interesse en sociale omgeving zijn daardoor mogelijk ook van belang voor de online participatie. De culturele activiteiten op het internet zijn wel makkelijker toegankelijk, aangezien tieners dit grotendeels vanachter hun eigen pc kunnen doen.

In deze paragraaf onderzoeken we de samenhang tussen de online cultuurparticipatie en de offline cultuurparticipatie van de jongeren, hun vrienden en hun ouders. Hiervoor gebruiken we de schalen die zijn gemaakt van de eigen cultuurparticipatie van deze drie groepen. In hoofdstuk 7 bekijken we vervolgens in welke mate de offline cultuurdeelname van de tieners en die van hun omgeving de verschillen in online culturele activiteiten van jongeren verklaren.

De offline participatie van tieners, hun ouders en hun vrienden hangen samen met de online cultuurparticipatie van de tieners (tabel 5.11). Dit houdt in dat naarmate tieners offline meer cultureel actief zijn, zij meer culturele informatie online opzoeken, meer online communiceren over cultuur en meer nieuwe content creëren. Tieners zijn ook online cultureel actiever naarmate hun ouders en vrienden offline meer deelnemen aan culturele evenementen of culturele instellingen bezoeken.

Tabel 5.11

Samenhang tussen de online cultuurparticipatie (content, contact en creatie) en de offline cultuurparticipatie van tieners, hun ouders en hun vrienden, leerlingen in het voortgezet onderwijs 12-18 jaar, 2008 (correlaties; n = 1311)

	offline participatie tieners	offline participatie ouders	offline participatie vrienden
content	.52**	.46**	.49**
contact	.51**	.36**	.41**
creatie	.31**	.26**	.28**

** = p < 0,01

Bron: SCP (ICTS'08)

5.5 Slot

De huidige generatie wordt vaak bestempeld als digitale generatie en derhalve als voorlopers op digitaal gebied beschouwd. Uit dit hoofdstuk blijkt dat 'de digitale generatie' meer een omschrijving is van de periode waarin zij opgroeien dan van de vaardigheden die zij beheersen. De jongeren zijn met internet en pc opgegroeid, maar ingewikkelde vaardigheden beheerst slechts de minderheid van de jongeren. Zowel de moeilijkere instrumentale vaardigheden (bv. het installeren van een antivirusprogramma) als structurele vaardigheden (bv. het uitvoeren van meer ingewikkelde zoekopdrachten en het controleren van de gevonden informatie) en de strategische vaardigheden (bv. het online vergelijken van producten) heeft een klein deel van de tieners onder de knie. Uit eerder onderzoek blijkt dat vaders de moeilijkere vaardigheden beter beheersen. De beheersing van instrumentele digitale vaardigheden hangt wel enigszins samen met de online cultuurparticipatie van tieners. Naarmate ze beter kunnen omgaan met de pc en het internet, zijn ze meer bezig met het creëren van nieuwe content.

Niet alleen ICT-vaardigheden, maar ook een interesse in cultuur lijkt een voorwaarde voor tieners om in hun vrije tijd culturele informatie op te zoeken. Hoewel traditionele cultuurvormen onder jongeren wellicht bekend staan als saai, bezoeken ze deze culturele instellingen en evenementen net zo vaak als populaire cultuur in hun vrije tijd. Tenminste, als de bioscoop buiten beschouwing wordt gelaten; deze bezoeken zowel jongeren als hun ouders het meest. De ouders hebben invloed op de offline cultuurparticipatie; uit eerder onderzoek blijkt dat als ouders culturele instellingen bezoeken, hun kinderen dit ook doen. Tussen de offline cultuurdeelname van de ouders en de online cultuurparticipatie van tieners is eveneens een samenhang te zien: de culturele invloed van ouders lijkt op de online activiteiten van tieners door te werken. Hetzelfde geldt voor de offline cultuurdeelname van vrienden. Ook deze hangt samen met content, contact en creatie. Hier is het echter de vraag of het de invloed is van het gedrag van de vrienden of dat tieners gelijkgestemde vrienden hebben en opzoeken.

Noten

- 1 <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/774777/2006/06/22/Generatie-Einstein-slim-sterk-sociaal.dhtml>
- 2 De betrouwbaarheid van de schaal (alpha) is .63.
- 3 Een nadeel hiervan is dat we de vaardigheden omtrent het zoekgedrag en het kritisch beoordelen van informatie (structurele vaardigheden) door tieners niet meenemen. Deze vaardigheden hebben waarschijnlijk invloed op het opzoeken van content door jongeren, voornamelijk op de kwaliteit en snelheid van het opzoeken van informatie. Aangezien we alleen kijken of tieners culturele content opzoeken en niet naar de kwaliteit van de opgezochte content, heeft het niet meenemen van deze vaardigheden naar verwachting geen nadelige gevolgen. Ook voor het weglaten van de strategische vaardigheden uit de analyses verwachten we geen nadelige gevolgen. Deze vaardigheden staan ver af van het zoeken naar en creëren van culturele content en communiceren over cultuur.

- 4 Het is lastig een goede maat te bepalen voor de bezoekfrequentie. Doordat het aantal verschillende bezochte cultuuruitingen sterk gerelateerd is aan de bezoekfrequentie (correlatie van .91) is besloten een maat te nemen voor het aantal verschillende cultuuruitingen dat men bezoekt heeft.
- 5 AVO betreft zowel het bezoek in de vrije tijd als met school. De verschillen in percentages die op enkele punten te zien zijn, worden grotendeels veroorzaakt door verschillen in operationalisatie van de begrippen. Zo wordt in AVO het bezoek aan een musical of jazzconcert tot de popmuziek gerekend.
- 6 De betrouwbaarheid van de schaal (alpha) voor cultuurdeelname van de tieners is .82.
- 7 We hebben ook de correlaties berekend. Voor bioscoop was dit het laagst (.37), gevolgd door pop- en jazzconcert (.40) en klassiek concert (.42). Het bezoeken van een ballet- of dansvoorstelling correleert het meest (.61), gevolgd door museumbezoek (.60), bezoek aan monumenten en oude gebouwen (.59) en bezoek van een toneelvoorstelling (.58).
- 8 De betrouwbaarheid van de schaal van de cultuurdeelname van de ouders is .81. Als bioscoop hierin niet wordt opgenomen, is de betrouwbaarheid van deze laatste schaal iets groter (.82). De afwijking is klein en bioscoop behoort tot de kunst- en cultuurvormen die in dit onderzoek bekeken worden, waardoor besloten is de bioscoop wel op te nemen in de schaal.
- 9 De laagste correlatie van de eigen participatie van de ondervraagde tieners en die van hun vrienden is voor het bezoeken van klassieke concerten (.27); het bezoek aan ballet- of dansvoorstelling correleert het hoogst (.49; gevolgd door dance en house event met .48).
- 10 De betrouwbaarheid (alpha) van de gehele schaal is .79. Na het verwijderen van dance/house event zou de schaal nog iets verbeteren (alpha van .80). Net als voor de bioscoop bij de ouders geldt dat de betrouwbaarheid van de schaal hoog is en dat we in dit onderzoek alle vormen van cultuurparticipatie willen meenemen. Daarom worden dance en house event opgenomen in de schaal.
- 11 Interview met Anouk La Verge, medewerker Educatie NIMK op 14 oktober 2008.

6 Cultuur en ICT op school

6.1 De stimulans van school

Cultuur heeft reeds een lange periode een plek in het onderwijs. Ook voor ICT is steeds meer aandacht op scholen. Docenten maken gebruik van ICT bij het lesgeven en leerlingen gebruiken steeds vaker de pc bij het maken van opdrachten voor school (Kennisset 2010). Daarnaast vinden op scholen diverse projecten en activiteiten plaats waarin cultuur en ICT samenkomen. Het is echter de vraag of scholen een rol hebben in de culturele opvoeding van jongeren, hen weten te inspireren om aan de slag te gaan met cultuur, zowel offline als online. Wat betreft ICT is het de vraag in welke mate scholen bijdragen om jongeren te stimuleren online cultureel actief te zijn.

In dit hoofdstuk gaan we eerst in op de plaats van cultuur en ICT afzonderlijk in het onderwijs, daarna bekijken we op welke manieren ICT en cultuur hier samenkomen. Vervolgens vergelijken we het offline bezoek van jongeren aan culturele instellingen in de vrije tijd en met school en het ICT-gebruik voor culturele doeleinden in de vrije tijd met dat voor school.

6.2 Cultuur op school

Halverwege de jaren negentig was de relatie tussen scholen en culturele instellingen niet erg innig. Er was nauwelijks samenwerking, geen afstemming en maar weinig instellingen boden een op het onderwijs ingesteld lespakket aan. Integratie van cultuur in het schoolprogramma was er veelal niet, er waren geen doelen gedefinieerd en als er activiteiten plaatsvonden, gebeurde dit vooral buiten schooltijd en hoefden de leerlingen niet verplicht mee te doen (Hagenaars 2008). Culturele activiteiten waren vaak afhankelijk van enkele enthousiaste docenten (vgl. Bijlagte 2003). Ook waren er grote verschillen tussen scholen onderling in het aanbieden van cultuureducatie. Op sommige scholen werden bijvoorbeeld extra docenturen beschikbaar gesteld, een volgende school gooide het rooster rigoureuus om en weer andere scholen zagen geen mogelijkheden om cultuureducatie een goede plaats te geven (Wester 2003).

Vanwege deze situatie bracht staatssecretaris voor cultuur Aad Nuis in 1996 samen met staatssecretaris voor onderwijs Tineke Netelenbos de notitie *Cultuur en School* uit. Doel van de notitie was de banden tussen scholen en culturele instellingen aan te halen of te verstevigen, cultuurparticipatie van jongeren en het verkrijgen van culturele competenties te stimuleren en culturele activiteiten en erfoededucatie in het onderwijsprogramma te integreren. Scholen en culturele instellingen moesten niet alleen meer gaan samenwerken, maar laatstgenoemden dienden ook cultuureducatie te bevorderen. De drie hoofddoelen van *Cultuur en School* – cultuurparticipatie en competenties bij jongeren bevorderen, cultuur een plaats geven in het onderwijsprogramma en een betere samenwerking – zijn sinds 1997 niet veranderd. Wel is een verschuiving in nadruk waar te nemen: deze lag eerst vooral op projecten van culturele instellingen voor het onderwijs en is later meer op het onderwijs zelf komen te liggen (Wester 2003).

CKV

Een verschil tussen het programma van *Cultuur en School* en eerdere initiatieven om scholieren met cultuur in aanraking te brengen, bijvoorbeeld de SeCu projecten (Samenwerking Secundair Onderwijs Culturele Instellingen) in het begin van de jaren tachtig, is dat de activiteiten vastgelegd werden in kerndoelen van het onderwijs (Damen et al. 2003). Het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (ckv) is in het schooljaar 1999/2000 ingevoerd op de havo en het vwo en in het schooljaar 2003/2004 in het vmbo. Op de havo en het vwo ligt de nadruk op de gevestigde kunst en cultuur en is er aandacht voor historische ontwikkelingen. Op het vmbo ligt de nadruk op de keuze van leerlingen uit het aanbod van kunst en cultuur (Konings en Ranshuysen 2001). Gymnasiumleerlingen volgen in plaats van ckv het vak Klassieke Culturele Vorming (kcv). ckv is een verplicht vak en leerlingen moeten voor dit vak voorstellingen, musea of tentoonstellingen bezoeken en boeken lezen. Zo ervaren ze zelf wat cultuur is, wat hen wel en niet aanspreekt en de redenen hierachter. Naast het algemene verplichte vak ckv1 bestaat er ook ckv2 en ckv3 of een combinatie hiervan: ckv2,3. Deze vakken zijn niet voor iedereen verplicht, tenzij het profiel Cultuur en Maatschappij gevolgd wordt. ckv2 bevat algemene theorie; de belangrijkste termen en begrippen uit verschillende kunstdisciplines worden hierin behandeld. ckv3 is vooral een praktisch vak: scholieren moeten daarbij kiezen uit de onderdelen beeldende vormgeving, muziek, dans of drama. Bij de introductie van het vak ckv in 1999 zijn de zogenaamde ckv-vouchers ingevoerd, ook wel bekend als ckv-bonnen. Leerlingen die het vak ckv volgden kregen deze bonnen (gefinancierd door het ministerie van ocw), om te besteden aan museum-, theater- en bioscoopbezoek. Scholen konden er ook voor kiezen om de tegoeden van de bonnen klassikaal uit te delen. Sinds 2008 zijn de ckv-bonnen vervangen door de cultuurkaart die niet meer is verbonden aan het vak ckv; alle leerlingen op de middelbare school krijgen een cultuurkaart met een tegoed van 15 euro. De cultuurkaart is via internet te besteden en persoonsgebonden. Wel bepaalt nog steeds de docent of het bedrag individueel of klassikaal wordt uitgegeven. De verhouding is respectievelijk ongeveer 15% en 85%. In maart 2009 meldde het cijp dat er sinds november al een miljoen euro was uitgegeven via de kaart en dat vooral theaters profiteren van de nieuwe kaart. Hieraan werd 28% van het geld besteed. De bioscopen staan met 12,5% op de tweede plaats en op de derde plaats staan musea met 8% van de bestedingen.¹

Onderzoek duidt aan dat ckv1 op den duur niet tot meer cultuurdeelname leidt (Ganzeboom et al. 2003; Nagel et al. 2010). Sinds de introductie van het vak is weliswaar het aandeel cultureel actieve tieners gestegen, maar die stijging geldt ook voor leerlingen in het basisonderwijs en die krijgen nog geen ckv (Van den Broek et al. 2009). Een vergelijking van de cultuurdeelname van ckv1-leerlingen met leeftijdsgenoten die het vak niet kregen, wijst wel uit dat de eerste groep meer en ingewikkelder culturele activiteiten bezoekt dan andere leerlingen. Dat effect bleek echter na enkele jaren vrijwel verdwenen (Ganzeboom et al. 2003). Hoewel leerlingen in het voortgezet onderwijs positief zijn over de lessen in kunst en cultuur (Van der Vegt et al. 2007; zie ook Van der Grinten en Oomen 2008), zijn er in de waardering voor kunst en cultuur geen verschillen tussen ckv1-leerlingen en niet-ckv-leerlingen (Nagel et al. 2010).

Cultuurprofielscholen

Sinds 2004 kunnen scholen die zich extra willen profileren op het gebied van kunst en cultuur ervoor kiezen om zich te ontwikkelen tot cultuurprofielschool. Hiervoor werd de *Regeling Cultuurprofielscholen in het vo* van het ministerie van o c w in het leven geroepen. Scholen beschreven in plannen hoe zij hun hele onderwijsprogramma rondom kunst en cultuur wilden opbouwen, en kregen vervolgens de ruimte deze plannen in de praktijk te brengen (TK 2003/2004). Tussen 2004 en 2006 heeft het ministerie van o c w 44 scholen subsidie verleend om zich te ontwikkelen tot cultuurprofielschool. In 2006 is deze subsidie afgeschaft en het Steunpunt Cultuurprofielscholen opgericht. Hierdoor kunnen meer scholen een beroep doen op ondersteuning (TK 2006/2007).

Er is een onderverdeling te maken naar twee typen cultuurprofielscholen. In het ene type staat de curriculumontwikkeling centraal: cultuureducatie wordt geïntegreerd in het curriculum van de school. Hierdoor krijgen alle leerlingen evenveel met cultuureducatie te maken. Het tweede type is meer gericht op talentontwikkeling: cultuureducatie richt zich vooral op talentvolle leerlingen, en op doorstroming naar het vervolgonderwijs op kunstgebied. Kenmerken waar een cultuurprofielschool in zijn algemeenheid aan voldoet zijn een visie op cultuureducatie, cultuureducatie is opgenomen in de programmering, er is samenwerking met culturele organisaties, er is sprake van coördinatie, afstemming, evaluatie en een structurele aanpak, en er is geschikte en beschikbare accommodatie. De Vereniging Cultuurprofielscholen (VCPs) erkent scholen wel of niet als cultuurprofielschool na een bezoek en beoordeling op onder andere bovenstaande kenmerken. Het lidmaatschap van de vereniging geldt vervolgens als keurmerk. Niet alle aangemelde scholen zijn uiteindelijk erkend als cultuurprofielschool. Soms willen scholen dat ook niet, bijvoorbeeld omdat docenten vrezen dat de grote aandacht voor kunst en cultuur in alle vakken leidt tot een versnippering van aandacht en vermindering van kwaliteit.² Het kost veel tijd en energie om aan de eisen van een cultuurprofielschool te voldoen en alle docenten moeten erachter staan aangezien kunsteducatie in elk vak terug moet komen. Veel docenten blijken het echter moeilijk te vinden om over de grenzen van hun vak heen te kijken (Hagenaars 2008). Als een school geen keurmerk heeft betekent dat niet automatisch dat zij niet of te weinig aan cultuureducatie doen. Er zijn ook scholen die geen keurmerk bezitten, maar wel veel aan cultuur doen. Anno 2009 zijn er 29 erkende cultuurprofielscholen, waarvan 26 behoren tot de 44 die in 2004 subsidie hebben gekregen.³

Verskil in interesse

Nuis constateerde in de cultuurnota *Pantser of ruggengraat*, de aanloop naar het programma Cultuur en school, dat vooral lager opgeleiden, migranten en jongeren culturele voorzieningen uit de weg gaan (o c w 1996). Cultuureducatie voor vmbo'ers kan als uitdaging gezien worden. Deze groep komt doorgaans van huis uit minder met cultuur in aanraking. Docenten en culturele instellingen zeggen dat het beeld van gedesinteresseerde vmbo'ers niet klopt en te negatief is. Deze jongeren blijken juist inspirerend om mee te werken. Ze zijn extrovertter dan havo- en vwo-leerlingen en zeggen eerder wat ze ervan vinden. Er moet wel met hun kortere spanningsboog rekening worden gehouden, de manier van aanbieden is dus belangrijk (Wester 2003). Anouk Laverge van het

Nederlands Instituut voor de Mediakunst deelt deze ervaringen. Bij de juiste aanpak is deze groep zeer enthousiast te krijgen, vooral zelf actief kunnen meedoen slaat goed aan en de eerlijkheid en gevatheid van de groep is erg verfrissend.⁴ In het onderwijs wordt rekening gehouden met de meest geschikte aanpak voor de diverse opleidingsniveaus. De invulling van het vak ckv is voor vmbo-leerlingen anders dan die voor havo- en vwo-leerlingen. Bij ckv voor het vmbo is de leerling zelf en diens eigen belevingswereld meer het uitgangspunt. Vanuit de lage cultuur, die hen vaak aanspreekt, worden verbindingen gelegd met hoge cultuur. Bij havo- en vwo-leerlingen is de gevestigde cultuur vaak het uitgangspunt en is er bijvoorbeeld ook meer aandacht voor historische ontwikkelingen (Konings en Ranshuysen 2001).

Niet alle leerlingen zijn even blij met ckv. Veel leerlingen staan zelfs negatief tegenover ckv en/of vinden het saai (Damen et al. 2003; Konings en Ranshuysen 2001). Dit kan ook aan de invulling liggen; door de vrijheid die scholen daarin hebben, kan deze erg verschillen. Leerlingen die toch al niet zo veel met cultuur hebben, kunnen extra sterk afhaken op cultuureducatie (Van der Grinten en Oomen 2008).

De meeste scholen signaleren echter op de korte termijn positieve resultaten van cultuureducatie. Zij zien dat leerlingen meer plezier hebben, over meer kennis en vaardigheden beschikken en meer verbeeldingskracht hebben. Ook hebben ze een positiever zelfbeeld, werken ze beter samen en communiceren ze beter (Van der Grinten en Oomen 2008). Leerlingen zeggen het meest geleerd te hebben van het zelf creatief bezig zijn. Op de lange termijn heeft ckv geen invloed op de cultuurparticipatie van jongeren (Ganzeboom et al. 2003, Nagel 2010).

We hebben de tieners gevraagd of zij meer interesse in kunst en cultuur zouden hebben als hun school veel aan kunst en cultuur zou doen door hierover les te geven en door bezoeken aan culturele instellingen te organiseren. In tegenstelling tot de antwoorden op vragen die in de vorige hoofdstukken aan de orde kwamen, liepen de meningen hierover duidelijk uiteen. Sommige tieners zijn ervan overtuigd dat het hun interesse niet heeft en dat wanneer ze gestimuleerd worden dit alleen maar tot meer weerstand leidt. Als iemand niet geïnteresseerd is, kan degene het ook niet leuk gaan vinden, volgens deze groep:

Nee als je niet geïnteresseerd bent dan denk ik niet dat je later wel ineens geïnteresseerd bent. Het kan wel, maar het komt denk ik niet veel voor.

Nina, 3 vwo

Een andere groep denkt dat interesse voor cultuur wel via school kan worden opgewekt. Door meer in aanraking te komen met kunst, ontwikkel je volgens deze leerlingen een smaak en mening. Daarbij groeit de interesse in kunst door er meer mee bezig te zijn:

Ja omdat hoe meer je weet, hoe geïnteresseerder je wordt. Je krijgt op een gegeven moment interesse erin, je bent dan benieuwd naar andere kunstwerken enzovoort. Zelf vind ik kunst heel erg interessant, je kan er veel over leren.

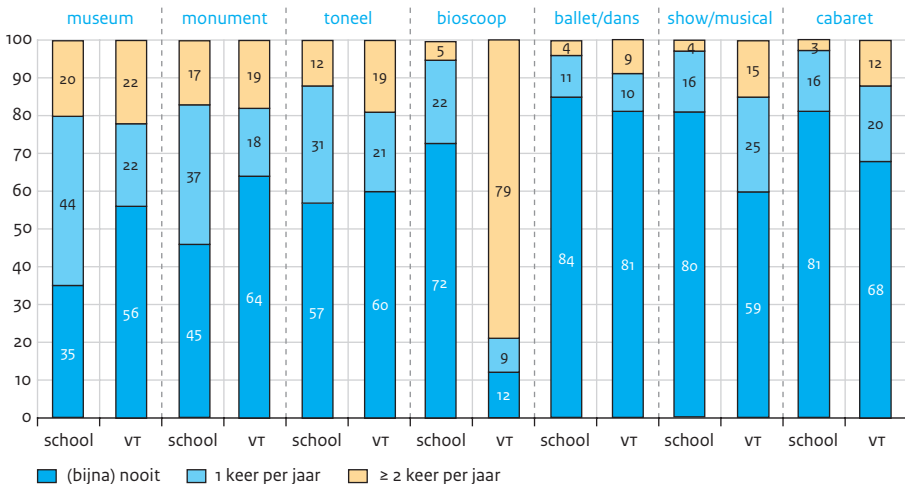
Wafa, 3 vmbo

Cultuurbezoek met school

Er is een verschil tussen hoe vaak jongeren culturele locaties bezoeken in hun vrije tijd (bv. met ouders of vrienden) en met school. Jongeren bezoeken met school het vaakst een museum. Twee derde van de tieners zegt minimaal eens per jaar met school naar een museum te gaan (figuur 6.1). Aanzienlijk minder jongeren gaan minimaal eens per jaar in hun vrije tijd naar het museum, toch staat het op de tweede plek (na de bioscoop). Voor ongeveer een vijfde van de tieners is het museumbezoek met school dus het enige bezoek in het jaar. Als ze niet met school zouden gaan, kwamen ze er überhaupt niet. Hetzelfde geldt voor een bezoek aan een monument of oud gebouw; ook hier ligt het aantal jongeren dat er met school komt een stuk hoger dan het aantal jongeren dat er in de vrije tijd komt. Voor een toneelvoorstelling is dit verschil klein en voor de andere culturele bezoeken (de bioscoop, een show of musical, een cabaret-, ballet- of dansvoorstelling) geldt dat jongeren er in hun vrije tijd meer naartoe gaan dan met school. Vooral in de bioscoop komen jongeren vaker in hun vrije tijd dan met school. Slechts 12% van de ondervraagde tieners komt hier (bijna) nooit in de vrije tijd.

Figuur 6.1

Aantal bezoeken aan culturele instellingen of voorstellingen in de vrije tijd en met school van leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1511)



Bron: SCP (ICTS'08)

6.3 ICT en school

Cultuur heeft al geruime tijd een plaats in het onderwijs. Kort na de Tweede Wereldoorlog kreeg de Amsterdamse schooljeugd bijvoorbeeld kunstkijken en muziekluisterlessen voorgeschoteld (Damen et al. 2003). ICT werd pas in de jaren tachtig in het onderwijs geïntroduceerd. Toch heeft het in korte tijd een belangrijke plaats

ingenomen. Er is een toename aan ICT-voorzieningen op scholen en in ICT-gebruik voor onderwijsdoeleinden (Van Gennip en Braam 2005). Zo kan ICT ter ondersteuning van het monitoren van leerlingen dienen en op maat- en teamgericht werken stimuleren. Daarnaast stimuleert ICT actief leren en vormt daarmee een tegenhanger van het klassieke onderwijs. De (extra) aandacht voor ICT op scholen zou kunnen betekenen dat tieners betere vaardigheden ontwikkelen en/of een grotere interesse voor ICT. Dit stimuleert mogelijk de online cultuurparticipatie van tieners.

In deze paragraaf onderzoeken we het gebruik van ICT op scholen. Om hier een goed beeld van te kunnen geven, gebruiken we andere bronnen dan het voor dit rapport uitgevoerde onderzoek (ICTS'08). De gegevens die we hier presenteren zijn onderzoeken die onder een groter aantal scholen zijn uitgevoerd. De gegevens over scholen verzameld in het ICTS-onderzoek gebruiken we aan het einde van het hoofdstuk voor het onderzoeken van de samenhang tussen de schoolkenmerken met de online cultuurparticipatie van tieners. Deze gegevens gebruiken we ook in de analyses van hoofdstuk 7.⁵

Voorzieningen op scholen

In 1998 was er in het voortgezet onderwijs gemiddeld per twintig leerlingen één computer beschikbaar. In 2010 is de leerling-computerratio in het middelbaar onderwijs 4:1 (Kennisnet 2010). Ruim 90% van de pc's in het voortgezet onderwijs is aangesloten op internet. Momenteel zijn de digitale schoolborden sterk in opkomst. Een digibord is een groot interactief scherm met video- en audiomogelijkheden. Door de verbinding met een beamer en een computer kan er van alles op geprojecteerd worden; video's, websites, teksten, enzovoort. De docent kan er bovendien op schrijven met een speciale pen of gewoon met de vinger en alles opslaan voor bijvoorbeeld de volgende les. In het schooljaar 2006/2007 beschikte 40% van de scholen over een (of meer) digitale schoolbord(en), in 2008 was dat al 60% en in 2010 hadden vrijwel alle scholen minimaal één digitaal bord aangeschaft (Kennisnet 2008, 2010). Wat betreft het leermateriaal is er geen groei te zien in de afgelopen jaren: in 2008 was 16% van leermateriaal digitaal, anno 2010 is dit een even groot deel. Toch verwachten leraren een groei. Zij gaan ervan uit dat in 2013 ruim een derde van het leermateriaal digitaal zal zijn (Kennisnet 2008, 2010). Tot slot wordt ICT ingezet voor administratieve doeleinden, zoals roosterwijzigingen die online te raadplegen zijn en cijfers die online staan en vervolgens voor leerlingen en hun ouders zijn in te zien.

Niettemin zijn er grote verschillen tussen scholen onderling in ICT-voorzieningen. Sommige scholen maken al jaren gebruik van onder andere online toegankelijke cijfersystemen, roosterwijzigingen, elektronische leeromgevingen, andere scholen pas recentelijk. Ook bestaan er verschillen tussen scholen in het bezit en gebruik van ICT-beleidsplannen, en in de ICT-ondersteuning en ICT-training. Volgens schoolmanagers heeft 87% van de scholen in het voortgezet onderwijs een ICT-beleidsplan, maar gebruikt slechts 59% dat plan ook daadwerkelijk. Over het algemeen zijn er weinig afspraken over de inzet van ICT op scholen. Er is echter wel behoefte aan een gezamenlijke ICT-visie waarin communicatie en samenwerking is vastgelegd (Kennisnet 2010).

Gebruik van ICT door docenten

Gemiddeld gebruiken docenten in het middelbaar onderwijs zes uur per week computers bij het lesgeven. ICT wordt in de les het meest gebruikt om dingen op te zoeken op internet, op de tweede plaats komen oefenprogramma's, als derde volgt tekstverwerken. Digitaal toetsen gebeurt nog nauwelijks (Kennisset 2010). Voordelen van ICT in de les zijn dat het onderwijs aantrekkelijker en plezieriger wordt voor zowel leerlingen als docenten. Leerlingen zijn gemotiveerder en hebben een hoger concentratievermogen. Ook bevordert het zelfstandig leren (Balanskat et al. 2006; Ten Brummelhuis 2006; Meijer et al. 2008). Nadeel van de inzet van ICT is dat het duur is en dat de inzet in het begin veel tijd kost. Een verkeerde inzet van ICT kan bovendien leiden tot het uitblijven van leereffecten of negatieve effecten.

Tussen scholen bestaan grote verschillen in het gebruik van ICT. Zo is er een groep docenten die zichzelf als vergevorderd beschouwt (7%), maar zijn er ook docenten die geen gebruikmaken van ICT (5%) of aan het oriënteren zijn op de mogelijkheden (9%) (Plantinga en De Heer 2009). De meerderheid van de docenten geeft aan beginnend (41%) of gevorderd (37%) te zijn in de ICT-toepassing tijdens lessen; in de loop der tijd is een toename te zien van deze laatste groep (Plantinga en De Heer 2009).

Het gebruik van computers in de les hangt deels samen met de aanwezigheid van voorzieningen op scholen. De houding en vaardigheden van de leraar zijn echter van grotere invloed op de inzet van ICT in het onderwijs (Tondeur 2007). ICT-voorzieningen zijn belangrijk ter ondersteuning van de docent, maar docenten moeten zelf ook het belang inzien van het gebruik van ICT tijdens lessen (Mumtaz 2000). Zo maken enthousiaste docenten veel vaker gebruik van de technologische mogelijkheden in de les dan afwachtende docenten.

Voor effectief gebruik van ICT in de lessen moeten leraren over een zeker niveau van instrumentele vaardigheden beschikken, bijvoorbeeld het kunnen omgaan met software. De computerervaring van de docenten is belangrijk: de intensiteit van zijn of haar pc-gebruik en de eventuele trainingen die zijn gevolgd. Leeftijd is op zich minder van belang, maar hangt vaak wel samen met computerervaring; jongere docenten hebben doorgaans meer computerervaring dan oudere docenten. Wellicht nog belangrijker zijn persoonlijke opvattingen over computers bij educatie en zelfvertrouwen: leraren met meer technologische vernieuwingsgezindheid gebruiken vaker computers in de les. Tot slot kan worden opgemerkt dat meer mannen ICT in de les gebruiken dan vrouwen (Van Gennip et al. 2008; Tondeur 2007).

Voor het gebruik van ICT voor kennisconstructie hangt af van de vaardigheden en het enthousiasme van de leraar. Scholen zijn nog te weinig gericht op de inzet van ICT vooronderwijs, waardoor ICT niet vaak innovatief wordt gebruikt (vgl. Ten Brummelhuis en Kuiper 2008). Leraren bezitten voornamelijk ICT-basisvaardigheden en in beperkte mate didactische vaardigheden op ICT-gebied. Kennis en vaardigheden zijn volgens het schoolmanagement prioriteiten op het gebied van ICT en onderwijs. Volgens docenten zijn de prioriteiten vooral financiën, ICT-infrastructuur en passende software (Plantinga en De Heer 2009; Kennisset 2010). Leraren signaleren tevens een gebrek aan tijd om zich met ICT-integratie in het onderwijs bezig te houden (vgl. Van Gennip en Braam 2005). Naast de leerlingen die we op verschillende scholen voor dit rapport hebben

ondervraagd, zijn er ook vragenlijsten ingevuld door de docenten op deze scholen. Op een aantal scholen is er meer dan één docent ondervraagd, soms twee, drie of zelfs acht docenten per school. Opvallend is dat docenten van eenzelfde school vaak verschillende antwoorden geven over de ICT-omstandigheden van hun school. Ze hebben sterk uiteenlopende ideeën over hoe gevorderd het ICT-gebruik van de school is. De ene docent zegt dat de school in een stadium van oriëntatie op de mogelijkheden zit, terwijl een andere docent over dezelfde school stelt dat deze gevorderd is in het ICT-gebruik. Ook zijn er grote verschillen in opvattingen over hoeveel procent van de docenten gebruikmaakt van computers tijdens de les en het percentage docenten dat goed met de computer overweg kan. Antwoorden voor beide lopen uiteen van 25% tot 75%. De verschillen in antwoorden zijn vooral groot bij subjectieve vragen. Mogelijk komt dit doordat docenten het eigen referentiekader als uitgangspunt nemen, waardoor een zeer ICT-vaardige docent het percentage van zijn collega's dat goed met computers overweg kan lager inschat dan een docent die zelf niet goed met ICT overweg kan. Meer overeenstemming tussen de docenten is er over objectievere gegevens zoals de aanwezigheid van een leerlingvolgsysteem of elektronische leeromgeving. Toch is ook hier enige inconsistentie in de antwoorden van docenten van dezelfde scholen. In hoofdstuk 7 is uitgelegd hoe hiermee is omgegaan in de analyses.

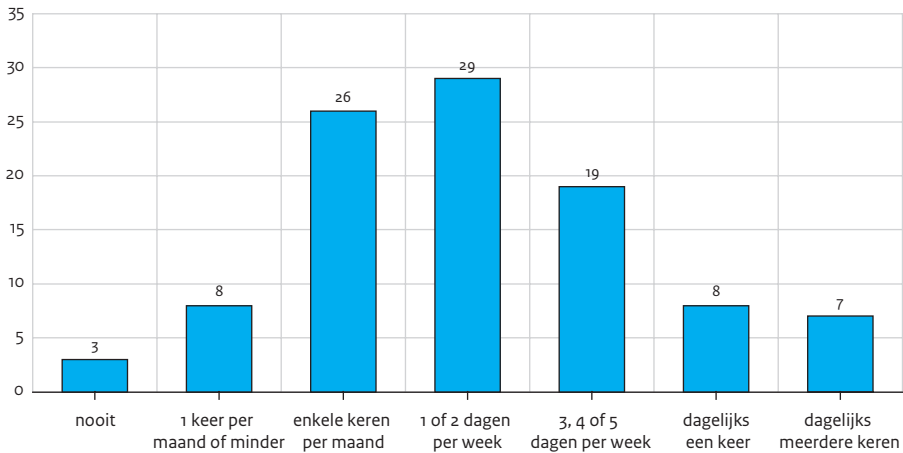
Gebruik van ICT op school door leerlingen

Van de leerlingen gebruikt 15% op school elke dag internet (figuur 6.2). Het gaat daarbij om al het gebruik, dus niet alleen in de les maar ook tussen de lessen door of tijdens tussenuren. Bijna twee derde van de jongeren gebruikt elke week wel een keer internet op school. Dat lijkt weinig omdat het bijna een vanzelfsprekende aanname is dat jongeren in ieder geval elke dag wel een keer online zijn. Jongeren maken inderdaad bijna allemaal dagelijks gebruik van internet, maar doen dit vooral thuis (vgl. Duimel en De Haan 2007). Op school gebruiken ze internet een stuk minder vaak, al zit slechts 3% van de leerlingen nooit op internet op school.

Tieners gebruiken internet in de les meestal om iets op te zoeken. Van de zoekmachines op internet is Google favoriet onder de schoolgaande tieners; 87% zegt Google vaak te gebruiken voor het opzoeken van informatie voor school en slechts 1% gebruikt Google nooit (figuur 6.3). Andere zoekmachines gebruiken ze veel minder vaak. Speciale zoekmachines voor school, zoals Davindi, gebruikt zelfs 62% van de tieners nooit. Aan de tieners is ook gevraagd in welke mate zij boeken gebruiken om iets op te zoeken voor school. Het merendeel zoekt af en toe iets op in boeken; slechts 7% gebruikt deze informatiebron vaak om iets op te zoeken voor school. In vergelijking met andere zoekmachines dan Google worden boeken door een iets groter deel van de ondervraagde tieners gebruikt.

Figuur 6.2

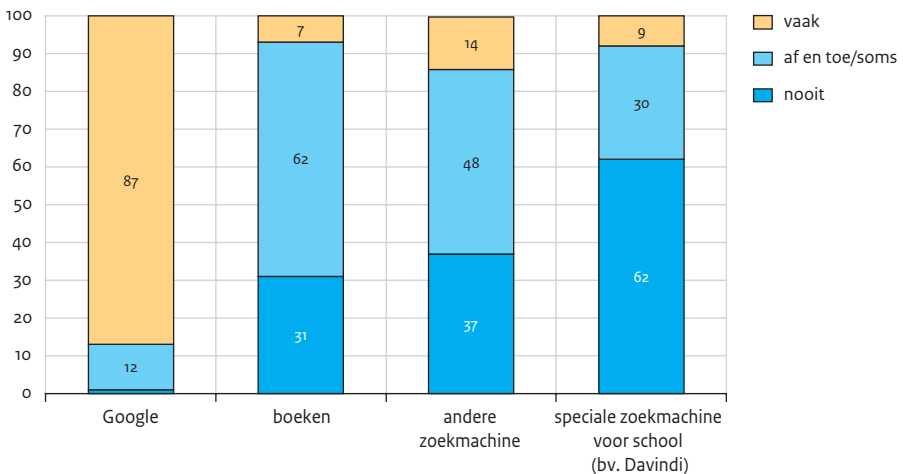
Internetgebruik op school door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1576)



Bron: SCP (ICTS'08)

Figuur 6.3

Gebruikte manieren om iets op te zoeken voor school door leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008 (in procenten; n = 1566)



Bron: SCP (ICTS'08)

6.4 Cultuur en ICT op school

Integratie van cultuur en ICT

De focus van dit rapport is het gebruik van ICT voor culturele doeleinden. In welke mate is er sprake van de integratie van ICT en cultuur op scholen? Duidelijk is dat innovatief gebruik van ICT voor culturele doeleinden op scholen niet op grote schaal voorkomt en dat ICT-gebruik bij beeldende vakken beperkt is.

In een onderzoek naar het ICT-gebruik bij beeldende vakken in het middelbaar onderwijs in 1999, kwamen dezelfde beperkingen naar voren als bij onderzoek naar de inzet van ICT in het gehele onderwijs: tijdgebrek, hoge werkdruk en de niet altijd toereikende ICT-vaardigheden van docenten (Rass 1999). De veelzeggende titel van het rapport, *Het ruikt niet naar verf*, wijst tevens op de weerstand bij docenten. Rass (1999) concludeerde dat er nog weinig praktijkinzicht was in hoe ICT didactisch de beeldende vakken kan ondersteunen. Vergeleken met andere vakken had de invoering van ICT bij de beeldende vakken een grote achterstand en teken- of beeldbewerkingprogramma's werden nog weinig gebruikt. Een herhaling van de studie in 2007 laat zien dat er weinig veranderd is in de tussentijdse jaren. Het merendeel van de docenten van kunstvakken gebruikt de computer niet tot nauwelijks. Als belemmeringen noemen ze een gebrek aan computers en software, maar vooral gebrek aan een gedeelde visie. Daarnaast is een van de grootste struikelpunten de ontoereikende (creatieve) computerkennis en ICT-vaardigheden van docenten (Rass en Van Lanschot Hubrecht 2008).

Toch vinden op verschillende scholen innovatieve projecten plaats. Zo zijn er scholen die culturele GPS-speurtochten voor leerlingen organiseren. De scholieren zoeken aan de hand van coördinaten en een GPS-ontvanger bepaalde locaties op. Op deze locaties, waar bijvoorbeeld een monument of kunstwerk staat, krijgen ze informatie over hetgeen ze zien. Een vergelijkbaar voorbeeld is een audiotour door de omgeving, waarbij scholieren via hun mp3-speler informatie krijgen over de culturele locaties waar ze langskomen. Deze toepassingen van ICT en cultuur hebben een receptief karakter, maar kunnen actief worden als leerlingen de informatie zelf moeten verzamelen of opdrachten moeten uitvoeren. Culturele ICT-projecten met een hoge mate van activiteit en creativiteit zijn bijvoorbeeld het maken van een (digitale) film. Leerlingen krijgen een digitale camera mee en moeten een film of een filmtrailer maken. Ze verzinnen zelf het verhaal, verfilmen het en monteren de beelden op de computer tot een eindproduct. Een ander voorbeeld is het maken van fotostrips, waarbij ze een verhaallijn in foto's uitdrukken en deze foto's vervolgens op de computer voorzien van tekstwolkjes. Vaak zijn dergelijke projecten geschikt om vakoverstijgend uit te voeren door naast CKV of een ander kunstvak bijvoorbeeld geschiedenis of Nederlands erbij te betrekken.

Op de website grassroots.nl staan vele voorbeelden van uitgevoerde projecten in het onderwijs waarbij cultuur en ICT geïntegreerd zijn. Leraren schrijven daar een evaluatie bij. Een voorbeeld hiervan is de evaluatie van een project waarbij leerlingen digitale verwerkingen naar aanleiding van cultureel erfgoed in de omgeving maakten:

Er zijn games en films gemaakt, een virtueel museum, mooi folder materiaal, enz. Met meer apparatuur en meer bedrevenheid op het gebied van ICT, zal zeker nog beter resultaat verkregen worden. Er zijn inmiddels al leerlingen die door dit pilotproject meedoen aan een game-bouw wedstrijd via kennisset! (een aantal) Leerlingen werd(en) erg enthousiast!

Leerlingen, ICT en cultuur

Zoals bovenstaande evaluatie al aangeeft, hoeft het gebruik van ICT niet te betekenen dat alle jongeren automatisch enthousiast worden over kunst en cultuur. Er zijn genoeg jongeren die niet zo veel met ICT op hebben. Ook het beeld dat alle jongeren met ICT kunnen omgaan omdat ze nu eenmaal jong zijn, klopt niet. Eerder constateerden we al dat jongeren vaak wel instrumentele vaardigheden op de computer beheersen en tieners bepaalde activiteiten snel en vaardig kunnen (msn'en, gamen, enz.), maar dat een veel jongeren afhaken zodra de vaardigheden wat moeilijker worden (vgl. Duimel en De Haan 2007). Voor computerprogramma's die ze nog niet kennen, moeten ook zij de vaardigheden leren door te oefenen.

Niet alle jongeren zijn gemotiveerd om te leren omgaan met ICT. Emiel Heijnen, docent aan de Amsterdamse Hogeschool van de Kunsten, ziet zelfs desinteresse bij studenten in ICT.⁶ Sommige jongeren willen juist ouderwets met een schetsblok langs de waterkant zitten. Deze groep is ouder dan de leerlingen in dit onderzoek, maar behoort vaak wel tot de digitale generatie (geboren na 1980). Volgens Heijnen is dit misschien wel typerend voor kunstacademies. Daar heerst bij sommigen een romantische visie op het kunstenaarschap: solitair en non-conformistisch. Nieuwe media zijn voor de massa en leiden af van 'echte' materialen en vakmanschap. Tegelijkertijd signaleert hij echter steeds meer media-installaties in plaats van schilderijen op de eindexposities.

Op een meerderheid van de jongeren oefent ICT echter een grote aantrekkingskracht uit. De inzet van innovatieve projecten hangt zoals gezegd van de inzet van enkele of groepjes gemotiveerde docenten af. Zij bedenken een project, werken het uit en brengen het in de praktijk. Een aantal docenten plaatst de aanpak en evaluatie vervolgens op internet om andere docenten weer verder te helpen. Zo hebben op het Sintermeerten College in Heerlen een ICT-coördinator en een docent kunst de handen ineengeslagen om het gebruik van media in het onderwijs stimuleren. Via hun weblog edu-mashups.com informeren ze beroepsgenoten over de ontwikkelingen op dit terrein.

In hoofdstuk 2 kwam aan bod hoe vaak leerlingen verschillende media (krant, tv, internet, enz.) gebruiken als zij praktische informatie over culturele instellingen nodig hebben. We hebben de scholieren ook gevraagd hoe vaak zij voor school en hoe vaak zij voor hun vrije tijd informatie opzoeken. Informatie over musea en monumenten zoeken de ondervraagde tieners meer op voor school dan in hun vrije tijd en dan vooral via internet (tabel 6.1 en 6.2). Twee derde van de tieners zoekt voor school wel eens informatie

over musea op. In de vrije tijd zoekt ruim de helft wel eens iets over een museum op. Over monumenten zoeken minder tieners soms of vaak iets op.

Tabel 6.1

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar informatie verkrijgen over een museum voor school en in de vrije tijd (in procenten; n = 1438 en n = 1413)

	school			vrije tijd		
	nooit	soms	vaak	nooit	soms	vaak
(papieren) krant	80	19	1	80	17	2
boeken/tijdschriften	77	20	3	82	16	2
tv	79	17	4	76	15	9
radio	88	10	2	85	12	4
Internet	35	33	32	48	23	29

Bron: SCP (ICTS'08)

Tabel 6.2

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar informatie verkrijgen over monumenten of oude gebouwen voor school en in de vrije tijd (in procenten; n = 1415 en n = 1390)

	school			vrije tijd		
	nooit	soms	vaak	nooit	soms	vaak
(papieren) krant	84	14	1	88	10	2
boeken/tijdschriften	81	17	2	87	11	2
tv	86	12	2	87	9	4
radio	90	8	1	90	7	2
internet	45	32	22	62	20	18

Bron: SCP (ICTS'08)

Filmpjes over cabaret, toneel of dans bekijken jongeren voor school het meest via YouTube (tabel 6.3) en soms op tv of een dvd. Aanzienlijk meer jongeren bekijken dergelijke filmpjes in de vrije tijd: 61% van de jongeren kijkt wel eens op YouTube naar cabaret- toneel- of dansfilmpjes. Voor school ligt dit op 34%. Downloaden is een stuk minder populair; weinig jongeren bezoeken websites met dergelijke filmpjes, zoals cabaret.nl of variatee.vara.nl.

Tabel 6.3

Manieren waarop leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar filmpjes kijken over cabaret, toneel of dans voor school en in de vrije tijd (in procenten; n = 1404 en n = 1342)

	school			vrije tijd		
	nooit	soms	vaak	nooit	soms	vaak
tv	70	25	5	50	34	16
dvd	70	24	6	57	28	15
YouTube	56	30	14	39	33	28
speciale website	85	12	3	81	13	6
downloaden	82	13	5	72	15	12

Bron: SCP (ICTS'08)

6.5 Online cultuurparticipatie en de invloed van school

De school speelt een belangrijke rol bij de kennismaking met cultuur. Op een aantal scholen krijgt cultuur speciale aandacht buiten het curriculum in de vorm van projecten in samenwerking met culturele instellingen, bij andere scholen is er aandacht voor cultuur in andere vakken dan c.k.v. Ook in de aandacht voor en het gebruik van ICT op scholen bestaan verschillen. Voor de online cultuurparticipatie zijn ook de digitale vaardigheden van belang voor de kennismaking met cultuur. Het goed kunnen omgaan met ICT is immers een belangrijke voorwaarde voor toegang tot de meer ingewikkelde manieren van online participatie.

In welke mate op scholen de aandacht voor cultuur en de interesse voor en het gebruik van ICT samenhangt met de online cultuurparticipatie van jongeren, onderzoeken we in deze paragraaf. In hoeverre schoolkenmerken in vergelijking met andere factoren invloed hebben op de online cultuurparticipatie en in hoeverre schoolkenmerken verschillen tussen jongeren in online cultuurparticipatie kunnen verklaren, komt in hoofdstuk 7 aan bod.

Om de samenhang tussen schoolkenmerken en content, contact en creatie te onderzoeken, zijn voor de scholen drie schalen gevormd. De eerste schaal betreft de digitale voorzieningen van de school.⁷ Deze schaal geeft aan in welke mate scholen over digitale voorzieningen als laptops, digitale schoolborden en een elektronische leeromgeving beschikken. De tweede schaal betreft de aandacht voor en het gebruik van ICT op scholen.⁸ Hier gaat het bijvoorbeeld om het gebruik van ICT in lessen, de afspraken hierover en de mate waarin dit gebruik wordt gestimuleerd. De aandacht voor cultuur en de contacten die scholen hebben met culturele instellingen is de derde schaal. Deze is samengesteld op basis van vragen over culturele activiteiten, cultuur als speerpunt en de contacten en samenwerkingen met culturele instellingen.⁹

Tabel 6.4

Samenhang tussen de online cultuurparticipatie (content, contact en creatie) en de ICT-voorzieningen, de aandacht en het gebruik van ICT op scholen, en de aandacht voor en contacten met cultuur op scholen, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar (correlaties; n= 764)

	digitale voorzieningen	ICT: aandacht en gebruik	cultuur: aandacht en contacten
content	.04	-.01	.10*
contact	.02	-.01	.08*
creatie	.05	.03	.01

* = $p < 0,05$

Bron: SCP (ICTs'08)

De invloed van school blijkt minimaal te zijn (tabel 6.4). De mate waarin er digitale voorzieningen aanwezig zijn op scholen en de mate waarin er aandacht is voor en gebruik wordt gemaakt van ICT op scholen, hebben geen invloed op de culturele participatie van tieners online. De aandacht voor cultuur en de contacten van scholen met culturele instellingen hangen enigszins samen met content en contact. Dit betekent dat naarmate scholen meer aandacht besteden aan cultuur, jongeren iets vaker online informatie opzoeken over culturele onderwerpen en iets vaker online contact hebben over cultuur.

6.6 Slot

Scholen verschillen in de wijze waarop cultuureducatie in het lesaanbod zit verweven. Alle scholieren krijgen sinds een aantal jaar verplicht CKV. Cultuurprofiel scholen gaan verder hierin en weven cultuureducatie door alle vakken heen. Tieners bezoeken in het kader van CKV vooral musea en monumenten. Het aantal jongeren dat hier in hun vrije tijd komt ligt lager. In hun vrije tijd gaan jongeren eerder naar de bioscoop. Ook de toepassing van ICT verschilt tussen scholen. De toepassing en integratie van cultuur op scholen hangt deels af van het enthousiasme en de inzet van docenten. Hetzelfde geldt voor het gebruik van ICT voor onderwijsdoeleinden: naarmate docenten enthousiaster zijn over het gebruik van ICT, passen zij dit vaker toe in de lessen. De mate waarin docenten ICT gebruiken in het onderwijs verschilt per school. Docenten ervaren hun eigen gebruik vooral als beginnend; weinig docenten geven aan vergevorderd te zijn met de inzet van ICT. Het gebruik van ICT voor onderwijsdoeleinden hangt voor een deel af van de aanwezige voorzieningen en het beleid van de school. Van integratie van ICT en kunstvakken is nauwelijks sprake.

Bijna alle jongeren gebruiken wel eens internet op school, maar de frequentie van het internetgebruik ligt op school een stuk lager dan thuis. Ruim een derde is op school maar enkele keren per maand of minder online. Informatie over cultureel erfgoed zoeken tieners vooral op voor school. Filmpjes over cabaret, toneel of dans bekijkt een minderheid wel eens voor school; jongeren kijken veel vaker in hun vrije tijd naar dergelijke

filmpjes. Het opzoeken van informatie en bekijken van filmpjes doen tieners het meeste via internet.

Het soort school waarop men zit, hangt nauwelijks samen met de online cultuurparticipatie van de jongeren. De aanwezigheid van ICT-voorzieningen en de aandacht voor en het gebruik van ICT op scholen heeft geen invloed op de online cultuurparticipatie van tieners. De aandacht voor cultuur op scholen lijkt wel enige invloed te hebben. Tieners die naar scholen gaan waar interesse voor cultuur wordt gestimuleerd, zoeken iets vaker praktische en inhoudelijke culturele informatie online op en communiceren vaker online over cultuur. Van een grote invloed van de school is echter geen sprake.

Noten

- 1 Zie: http://www.cultuurkaart.nl/Cultuurkaart/redactioneel/item3855/Eerste_miljoen_euro_Cultuurkaart_uitgegeven.html. Overigens vormt de cultuurkaart onderdeel van de kabinetsplannen om te bezuinigen op cultuur (Regeerakkoord VVD-CDA 2010).
- 2 Zie: http://www.volkskrant.nl/binnenland/article513462.ece/Kansberekening_naast_gulden_sned
- 3 In het onderzoek ten behoeve van dit rapport geven drie scholen aan cultuurprofiel scholen te zijn. Op drie andere scholen is hier onduidelijkheid over (docenten hebben zowel ja als nee ingevuld). Een van de scholen waar het niet duidelijk is of dit een cultuurprofiel school is, is dit in 2010 wel volgens de website van de Vereniging Cultuurprofiel scholen.
- 4 Interview met Anouk La Verge, medewerker Educatie NIMK, op 14 oktober 2008.
- 5 De gegevens verzameld ten behoeve van dit onderzoek omvatten dertig scholen. Gezien dit kleine aantal is het beter om gegevens van recente grootschaligere onderzoeken weer te geven.
- 6 Interview met Emiel Heijnen, docent aan de Amsterdamse Hogeschool van de Kunsten, op 11 juli 2008.
- 7 De schaal voor digitale voorzieningen bestaat uit drie items: de aanwezigheid van laptops, van digitale schoolborden en van een elektronische leeromgeving. De betrouwbaarheid (alpha) van de schaal is wel aan de lage kant (.57).
- 8 De schaal voor de aandacht voor en het gebruik van ICT op scholen bestaat uit zeven items: de aanwezigheid van een helpdesk voor leerlingen en voor docenten, of ICT een speerpunt is en of men zich profileert op dit gebied, hoe vergevorderd het computergebruik voor onderwijsdoeleinden is, of er afspraken zijn over de didactische inzet van ICT, of er ruimte is voor leraren om ICT in te zetten en in hoeverre ICT innovatief wordt ingezet. De betrouwbaarheid van de schaal is .67.
- 9 De culturele schaal is samengesteld aan de hand van twaalf items: of de school een cultuurprofiel school is, cultuureducatie een duidelijke plaats heeft buiten het curriculum, de mate waarin culturele activiteiten buiten school worden georganiseerd, hoe vaak leerlingen met school naar musea en naar het theater gaan, of de school ruimte biedt aan leraren om culturele initiatieven uit te voeren en of de school samenwerkt met externe culturele partners (centra voor kunst en cultuur, musea/erfgoed, theaters/theatergezelschappen, filmhuizen/bioscopen en bibliotheken). De schaal heeft een hoge betrouwbaarheid (alpha) van .87.

7 Verklaren van online cultuurparticipatie

7.1 Verschillen in online cultuurdeelname

In de voorgaande hoofdstukken is beschreven in welke mate tieners online cultureel participeren. Ingedeelde naar content, contact en creatie is bekeken in hoeverre er verschillen bestaan tussen tieners in online participatie op cultureel gebied (hoofdstuk 2-4). Zo bleken vooral meisjes en hoogopgeleiden meer bezig te zijn met online culturele activiteiten. Uit eerder onderzoek naar offline cultuurparticipatie blijkt dat, in vergelijking met andere factoren, vooral de ouders veel invloed hebben op de cultuurdeelname van jongeren. Als ouders culturele activiteiten ondernemen, bijvoorbeeld een museum of een cabaretvoorstelling bezoeken, dan doen hun kinderen dit ook vaker en zijn ze meer in cultuur geïnteresseerd dan kinderen van ouders die niet cultureel actief zijn (De Jager 1967; Nagel 2004; Schols et al. 2010). Ook via school komen tieners in aanraking met cultuur, onder andere door het vak c.k.v. Naarmate de tieners ouder zijn, is de vriendengroep belangrijker (Van Wel 1993). Voor de online cultuurparticipatie spelen vrienden naar verwachting een grote rol. Jongeren communiceren via internet immers veel met vrienden en creëren online profielen op sociale netwerksites, waar zij zich vooral aan leeftijdsgenoten van hun beste kant willen laten zien. Als vrienden afwijzend staan tegenover cultuur, zullen tieners waarschijnlijk hun vrienden volgen. Daardoor sluiten de online activiteiten mogelijk meer aan bij de jeugdcultuur dan bij de opvoeding van de ouders en de school.

Naast de invloed van de sociale omgeving en de achtergrondkenmerken van tieners, onderzoeken we ook in welke mate digitale vaardigheden en de duur van het internetgebruik een rol spelen bij online cultuurparticipatie. Een intensiever gebruik van het internet en betere vaardigheden in de omgang met de pc en het internet leiden wellicht ertoe dat jongeren makkelijker de weg naar culturele informatie vinden, hier met anderen over communiceren of zelf content uploaden.

De samenhang tussen beïnvloedende factoren en online cultuurparticipatie is in eerdere hoofdstukken apart bekeken. In dit hoofdstuk worden de verschillende factoren samengebracht en wordt onderzocht hoe de verschillen in de online cultuurparticipatie – content, contact en creatie – verklaard kunnen worden. Aan de hand van multilevel-analyses wordt bekeken welke factoren het sterkst samenhangen met de mate waarin tieners online culturele content opzoeken, communiceren over cultuur en nieuwe culturele content creëren.¹

7.2 Content

Aan de tieners is gevraagd in hoeverre zij online praktische en meer inhoudelijke informatie opzoeken over culturele instellingen en over de onderwerpen muziek, films, toneel, dans en geschiedenis. Naarmate tieners meer informatie over deze onderwerpen en instellingen opzoeken, zijn ze meer bezig met het opzoeken van content op internet.

Meisjes zijn meer in cultuur geïnteresseerd dan jongens, zowel offline als online. Na het controleren voor andere factoren blijkt dat meisjes meer dan jongens naar culturele onderwerpen zoeken op het internet (model 5 in tabel 7.1). Leeftijd is niet meer van invloed op content na het controleren voor omgevingskenmerken, schoolkenmerken, het eigen internetgebruik en digitale vaardigheden van de tieners. Opleiding heeft nog wel enige invloed: in model 5 is te zien dat havoleerlingen meer culturele informatie opzoeken dan vmbo-leerlingen. Leerlingen op het vwo verschillen niet van de vmbo'ers in de mate waarin ze online culturele content zoeken. In het eerste model nog wel, maar na controle voor de offline cultuurdeelname van de ouders en de vrienden verdwijnt dit effect. Ook het opleidingsniveau van de ouders lijkt niet van invloed. Net als voor het opleidingsniveau van de tieners, geldt dat het opleidingsniveau van de ouders niet meer van invloed is zodra gecontroleerd wordt voor de cultuurdeelname. Dit duidt op een samenhang tussen het opleidingsniveau en de offline cultuurdeelname; naarmate ouders hoger opgeleid zijn, bezoeken zij vaker culturele instellingen en evenementen. Opvallend is dat tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse origine vaker informatie opzoeken over culturele onderwerpen en instellingen dan autochtone tieners. Uit eerder onderzoek blijkt dat niet-westerse migranten en hun nakomelingen minder cultureel participeren dan autochtonen (Van den Broek 2008; Van Wel et al. 2006). Uit onderzoek van Van Iperen (2003) blijkt dat als gecontroleerd wordt voor de sociaaleconomische kenmerken (en hier ook voor de cultuurdeelname van de ouders) er geen verschil meer is tussen de etnische groepen. Het opleidingsniveau hangt immers samen met cultuurparticipatie; hoger opgeleide ouders zijn meer cultureel actief dan lageropgeleide ouders (Ganzeboom 1989). Doordat het opleidingsniveau onder niet-westerse migranten over het algemeen lager ligt dan onder autochtonen (Van Iperen 2003), verdwijnt na controleren voor sociaaleconomische factoren als opleiding en inkomen het verschil tussen de groepen. De bevinding hier geeft aan, dat tieners van niet-westerse herkomst meer culturele content op internet zoeken dan autochtone tieners als rekening wordt gehouden met de offline cultuurparticipatie van de tieners, hun ouders en hun vrienden en met het opleidingsniveau van tieners en hun ouders. Tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse origine zoeken vooral online vaker naar informatie over films, dans en geschiedenis dan autochtonen. Het internetgebruik heeft enige invloed op content: tieners die meer tijd online zijn, zoeken meer digitale culturele content op. De digitale vaardigheden van tieners, ofwel de mate waarin zij kunnen omgaan met de computer en het internet, doen er voor het wel of niet opzoeken van culturele informatie op het internet niet toe. Het meest belangrijk voor de mate waarin tieners online culturele informatie opzoeken, is de offline cultuurdeelname van de tieners zelf, die van hun vrienden en in iets mindere mate de offline cultuurdeelname van de ouders. Naarmate tieners, hun vrienden en hun ouders vaker offline deelnemen aan culturele activiteiten, zoeken tieners online vaker culturele informatie op. De grote invloed van deze drie factoren is ook te zien in de mate waarin ze de verschillen in content tussen tieners verklaren (grootste toename van de verklaarde variantie op individueel niveau). De kleine toename van de verklaarde variantie na het toevoegen van de offline cultuurdeelname van de tieners (2%) wordt mogelijk veroorzaakt door de samenhang tussen de offline cultuurparticipatie van ouders en

tieners. Ook de daling in het effect van de offline cultuurparticipatie van ouders na het toevoegen van de offline cultuurparticipatie van tieners duidt hierop (model 3). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat als tieners culturele instellingen en evenementen bezoeken, zij dit vaak met hun ouders doen (vgl. § 5.3 en De Haan 1997). De invloed van de cultuurdeelname van ouders loopt dan via de cultuurdeelname van tieners. Hierdoor wordt de invloed van ouders mogelijk onderschat. Zo blijkt uit ander onderzoek dat de ouders juist een grote invloed hebben op de cultuurparticipatie van kinderen (Van Eijck 1997; Nagel 2004).

Tabel 7.1

Multilevelanalyse op de afhankelijke variabele content, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, gecontroleerd voor clustering op schoolniveau (gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten; n = 1592)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
meisje (jongen = ref.)	.189**	.114**	.097**	.110**	.111**
leeftijd	.083**	.083**	.064**	.052*	.039
opleiding					
laag (ref.)					
midden	.172**	.044	.056	.067*	.063*
hoog	.229**	.032	.041	.057	.058
etnische herkomst ^a					
Nederlands (ref.)					
Turks/Marokkaans/Surinaams/Antilliaans	-.005	.087	.081**	.075**	.070**
opleiding ouders					
laag (ref.)					
midden		.013	.001	-.001	-.000
hoog		.019	-.003	-.005	-.004
offline cultuurparticipatie ouders		.292**	.171**	.171**	.174**
offline cultuurparticipatie vrienden		.309**	.243**	.246**	.246**
offline cultuurparticipatie tieners			.264**	.260**	.263**
internetgebruik				.048	.056*
digitale vaardigheden tieners				.038	.037
school					
ICT: aandacht en gebruik					
laag (ref.)					.034
midden					-.046
hoog					

Tabel 7.1 (vervolg)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
digitale voorzieningen					
laag (ref.)					
midden					-.044
hoog					-.053
cultuur: aandacht en contacten					
laag (ref.)					
midden					-.011
hoog					.029
R ² op individueel niveau ^b (%)	11,7	27,4	29,4	29,5	31,1
R ² op schoolniveau ^c (%)	3,4	15,5	18,0	18,3	18,7

** = $p < .01$; * = $p < .05$

- a Vanwege het kleine aantal tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse herkomst, zijn de groepen in de analyse samengenomen.
- b De verklaarde variantie op het individuele niveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen tussen tieners in het online zoeken naar culturele informatie. Zo verklaren de achtergrondkenmerken van de tieners (model 1) 11,7% van de verschillen op content tussen tieners.
- c De verklaarde variantie op het schoolniveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen op het schoolniveau. Zo verklaart model 2 15,5% van de verschillen op content tussen scholen.

Bron: SCP (ICTS '08)

Een andere onderzochte sociale context is de school.² Jongeren die naar een school gaan waar meer aandacht is voor cultuur en/of ICT of waar meer ICT-voorzieningen zijn, zoeken mogelijk meer culturele content. Dit blijkt echter niet het geval te zijn (tabel 7.1): de effecten zijn niet significant en de schoolkenmerken verklaren maar een klein deel van de verschillen in het opzoeken van culturele content tussen scholen. Deze verschillen worden voor een groot deel verklaard door het opleidingsniveau van de ouders en de offline cultuurparticipatie van de ouders, de vrienden en de tieners zelf (stijging in de verklaarde variantie op schoolniveau van 14,6% tussen model 1 en model 3). De aandacht voor en het gebruik van ICT, de aandacht voor cultuur en de mate waarin scholen contacten hebben met culturele instellingen, en de aanwezigheid van ICT-voorzieningen op scholen hebben geen invloed op de mate waarin leerlingen online culturele content opzoeken.

7.3 Contact

Op het internet kunnen tieners op allerlei manieren met elkaar communiceren: msn, e-mail, krabbels (op Hyves) en via talloze andere soorten berichten en sociale netwerksites. Als de communicatie tussen tieners culturele onderwerpen betreft, dan beschouwen we die communicatie in dit rapport als 'contact'. In hoofdstuk 3 bleek dat

tieners online vooral communiceren over film en (populaire) muziek. Klassieke muziek, ballet en monumenten zijn de minst populaire onderwerpen om over te praten. Hier bekijken we het totale online contact dat tieners hebben over cultuur en dan blijkt dat naarmate tieners meer over cultuur communiceren, ze via internet meer contact hebben.

Ook na controle van de achtergrondkenmerken en omgevingsfactoren blijkt dat meisjes op internet meer communiceren over culturele onderwerpen dan jongens (tabel 7.2). Dit komt overeen met de bevindingen dat meisjes in het geheel iets meer communiceren op het internet dan jongens (Duimel en De Haan 2007) en dat ze meer geïnteresseerd zijn in cultuur (zie hoofdstuk 5). De leeftijd, het opleidingsniveau en de etnische herkomst van de tieners hebben geen verband met de mate waarin tieners online communiceren over cultuur (model 5, tabel 7.2). Leeftijd heeft in de eerste vier modellen nog wel een significante invloed. Door het toevoegen van de digitale vaardigheden, de tijd die tieners online zijn en de schoolkenmerken verdwijnt de significante positieve invloed van leeftijd op contact. Dit duidt erop dat leeftijd en het aantal uren dat tieners online zijn samenhangt; de duur van het internetgebruik neemt toe naarmate tieners ouder worden.

Voor de mate waarin tieners online communiceren over cultuur, is de eigen offline cultuurdeelname veruit het belangrijkste. Dit duidt erop dat tieners op het internet vooral over hun eigen ervaringen communiceren en communiceren over cultuur als zij hierin interesse hebben. Tieners bezoeken in hun vrije tijd waarschijnlijk vooral culturele instellingen en evenementen als zij dit zelf ook leuk vinden, vervolgens communiceren zij hierover op internet. Ook de cultuurparticipatie van vrienden is belangrijk. Waarschijnlijk communiceren jongeren op internet vooral met vrienden over hun gedeelde interesses. De offline cultuurdeelname van de ouders lijkt aanvankelijk belangrijk voor de mate waarin tieners online contact hebben over cultuur (model 2), maar na controle voor de eigen offline cultuurparticipatie van tieners neemt het effect sterk af. Zoals bij content al uitgelegd is, hangt de cultuurdeelname van de tieners en hun ouders samen. Culturele uitstapjes, bijvoorbeeld een museumbezoek, lenen zich voor een gezamenlijke activiteit van ouders en hun kinderen (De Haan 1997). Doordat tieners mogelijk vaak met hun ouders culturele instellingen en voorstellingen bezoeken, wordt het effect van de ouders wellicht onderschat. Eenzelfde soort samenhang geldt voor de vrienden van tieners. Ook dit effect wordt minder sterk als gecontroleerd wordt voor de cultuurdeelname van de tieners. De afname is echter kleiner, misschien doordat tieners vaker met hun ouders dan met vrienden culturele uitstapjes maken. De afname kan ook veroorzaakt worden door de gedeelde interesse van tieners en hun vrienden. Tieners die in cultuur geïnteresseerd zijn, hebben mogelijk vrienden die dit ook zijn. Verder heeft, net als bij content, ook hier het opleidingsniveau van de ouders geen invloed. Zoals bij content al aangegeven is, hangt het opleidingsniveau voor een groot deel samen met de cultuurparticipatie van de ouders.

Tieners die meer tijd online zijn, communiceren meer over cultuur. Ook de mate waarin tieners met de computer overweg kunnen, hangt positief samen met de mate waarin zij online communiceren over cultuur. Hoewel het communiceren via internet na de installatie van het veelgebruikte MSN messenger (Windows Live Messenger) of de krabbels op

Hyves redelijk eenvoudig is, leiden meer vaardigheden tot een grotere online cultuurparticipatie. Het kan zijn dat een aantal manieren om online te communiceren toch een zekere handigheid vergt in de omgang met pc's en het internet, en dat het beter beheersen van digitale vaardigheden de drempel om online te communiceren verlaagt. Ook bij contact is gekeken naar de mate waarin scholen beschikken over ICT-voorzieningen, aandacht hebben voor en gebruik maken van ICT, en aandacht besteden aan cultuur en contacten hebben met culturele instellingen. Wederom is te zien dat de schoolkenmerken geen significante invloed hebben en laat het toevoegen van de schoolkenmerken slechts een kleine toename in de verklaarde variantie zien. Ook voor online communiceren over cultuur geldt dat de school waar tieners op zitten geen invloed heeft op de mate waarin tieners online cultureel actief zijn.

Tabel 7.2

Multilevelanalyse op de afhankelijke variabele contact, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, gecontroleerd voor clustering op schoolniveau (gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten; n = 1592)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
meisje (jongen = ref.)	.195**	.131**	.106**	.138**	.138**
leeftijd	.122**	.115**	.091**	.061*	.063
opleiding					
laag (ref.)					
midden	.077*	-.034	-.023	.008	.004
hoog	.076*	-.083**	-.076**	-.038	-.041
etnische herkomst ^a					
Nederlands (ref.)					
Turks/Marokkaans/Surinaams/Antilliaans	-.020	.069**	.058*	.042	.041
opleiding ouders					
laag (ref.)					
midden		.043	.026	.022	.021
hoog		.020	-.012	-.018	-.020
offline cultuurparticipatie ouders		.239**	.067*	.072*	.075*
offline cultuurparticipatie vrienden		.281**	.189**	.198**	.196**
offline cultuurparticipatie tieners			.369**	.361**	.361**
internetgebruik				.116**	.120**
digitale vaardigheden tieners				.090**	.091**

Tabel 7.2 (vervolg)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
school					
ICT: aandacht en gebruik					
laag (ref.)					
midden					.019
hoog					-.024
digitale voorzieningen					
laag (ref.)					
midden					.016
hoog					.008
cultuur: aandacht en contacten					
laag (ref.)					
midden					-.019
hoog					.011
R ² op individueel niveau ^b (%)	8,6	27,2	30,9	32,1	32,3
R ² op schoolniveau ^c (%)	2,5	11,0	15,5	17,0	17,2

** = $p < .01$; * = $p < .05$

- a Vanwege het kleine aantal tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse herkomst, zijn de groepen in de analyse samengenomen.
- b De verklaarde variantie op het individuele niveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen tussen tieners in het online zoeken naar culturele informatie. Zo verklaren de achtergrondkenmerken van de tieners (model 1) 8,6% van de verschillen op content tussen tieners.
- c De verklaarde variantie op het schoolniveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen op het schoolniveau. Zo verklaart model 2 11% van de verschillen op content tussen scholen.

Bron: SCP (ICTS '08)

7.4 Creatie

De derde 'C' is creatie, ofwel het creëren van nieuwe content door tieners. Het begrip is in dit rapport iets ruimer genomen. Ook het maken en bewerken van foto's en video's, en het maken van muziek en tekeningen op de computer – zonder dat deze content online wordt geplaatst – beschouwen we hier als creatie. Tieners maken en bewerken foto's en filmpjes vooral om deze te delen met vrienden. Een veel kleiner deel van de tieners plaatst de filmpjes en foto's ook op het web (zie hoofdstuk 4). Daarnaast is jongeren gevraagd of ze een sociale netwerksite hebben en of ze daarop een filmpje, liedje of tekst hebben staan. Niet de offline cultuurdeelname, maar de digitale vaardigheden zijn het belangrijkste voor de mate waarin tieners nieuwe content creëren (tabel 7.3). Naarmate ze beter kunnen omgaan met de pc en het internet, creëren tieners vaker nieuwe content. De vaardigheden in omgang met de pc en het internet spelen ook bij contact een rol, maar voor creatie blijkt het belang van digitale vaardigheden veel groter. Het bewerken van foto's, maken van films en toevoegen van de verschillende soorten content aan de persoon-

lijke pagina van een sociaal netwerk, vergt goede vaardigheden in omgang met de pc en het internet. Los van de vaardigheden is voor creatie ook de duur van het internetgebruik van belang: jongeren die langer online zijn, doen meer aan creatie. Meisjes en de jongere tieners zijn op het gebied van creatie actiever dan jongens en de iets oudere tieners. De etnische herkomst blijkt ook na controle voor andere factoren er niet toe te doen. Verder blijkt dat als gecontroleerd wordt voor de achtergrondkenmerken van de tieners en de offline cultuurparticipatie van de tieners, hun ouders en hun vrienden (modellen 2 en 3), vmbo'ers meer dan vwo'ers bezig zijn met het creëren van nieuwe content. In hoofdstuk 4 bleek al dat tieners op het vmbo vaker bezig zijn met het bewerken van foto's en video's dan vwo-leerlingen. Daarentegen hebben vwo'ers vaker dan vmbo'ers een geschreven tekst online staan. Na controle voor de digitale vaardigheden en de tijd die tieners online besteden, is het significante effect van het opleidingsniveau verdwenen. Dit komt doordat vwo'ers minder uren online zijn dan vmbo'ers. Als voor de tijd die de tieners online zijn gecontroleerd wordt, verdwijnen de verschillen in creatie tussen de opleidingsniveaus. De sociale context is ook voor creatie van belang, maar de invloed ervan is minder groot dan die van de digitale vaardigheden. De eigen cultuurdeelname en die van de vrienden is iets belangrijker dan de mate waarin de ouders cultureel actief zijn. Ook hier is mogelijk sprake van onderschatting van de invloed van de ouders, doordat ouders en kinderen vaak samen culturele instellingen activiteiten bezoeken. Net als bij content en contact, hebben de schoolkenmerken wederom geen significant effect. Het toevoegen van de schoolkenmerken leidt wel tot een stijging in de verklaarde variantie op het individuele niveau (van 16,1 in model 4 tot 21,2 in model 5). Het controleren voor de drie kenmerken, vooral voor de aanwezigheid van ICT-voorzieningen, leidt ertoe dat een groter deel van de verschillen tussen tieners wordt verklaard. Hoewel de drie schoolkenmerken niet een directe significante invloed hebben op de online cultuurparticipatie, verbetert de toevoeging van de kenmerken wel het model.

Tabel 7.3

Multilevelanalyse op de afhankelijke variabele creatie, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, gecontroleerd voor clustering op schoolniveau (gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten; n = 1592)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
meisje (jongen = ref.)	.144**	.093**	.082**	.159**	.161**
leeftijd	-.001	-.004	-.018	-.072**	-.072*
opleiding					
laag (ref.)					
midden	.043	-.051	-.046	-.004	-.013
hoog	.020	-.114**	-.109**	-.044	-.055
etnische herkomst ^a					
Nederlands (ref.)					
Turks/Marokkaans/Surinaams/Antilliaans	-.025	.039	.035	-.003	.003

Tabel 7.3 (vervolg)

	model 1	model 2	model 3	model 4	model 5
opleiding ouders					
laag (ref.)					
midden		.014	.007	-.001	.000
hoog		.038	.023	.010	.007
offline cultuurparticipatie ouders					
offline cultuurparticipatie vrienden		.188**	.104**	.107**	.108**
		.201**	.157**	.165**	.163**
offline cultuurparticipatie tieners					
internetgebruik			.180**	.165**	.158**
digitale vaardigheden tieners				.170**	.175**
				.243**	.247**
school					
ICT: aandacht en gebruik					
laag (ref.)					
midden					.022
hoog					.030
digitale voorzieningen					
laag (ref.)					
midden					-.032
hoog					.037
cultuur: aandacht en contacten					
laag (ref.)					
midden					-.036
hoog					.017
R ² op individueel niveau ^b (%)	2,8	8,8	10,6	16,1	21,2
R ² op schoolniveau ^c (%)	1,0	5,9	6,8	12,0	12,3

** = $p < .01$; * = $p < .05$

- a Vanwege het kleine aantal tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse herkomst, zijn de groepen in de analyse samengenomen.
- b De verklaarde variantie op het individuele niveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen tussen tieners in het online zoeken naar culturele informatie. Zo verklaren de achtergrondkenmerken van de tieners (model 1) 2,8% van de verschillen op content tussen tieners.
- c De verklaarde variantie op het schoolniveau houdt in dat het model x% verklaart van de verschillen op het schoolniveau. Zo verklaart model 2 5,9% van de verschillen op content tussen scholen.

Bron: SCP (ICTS'08)

7.5 Slot

In dit hoofdstuk is naar verklaringen gezocht voor de verschillen in de online cultuurparticipatie tussen tieners. Voor alle drie de vormen van online cultuurdeelname (content, contact en creatie) is onderzocht wat de verschillen tussen tieners verklaard. De verbanden tussen de verschillende factoren en content, contact en creatie staan weergegeven in tabel 7.4.

Tabel 7.4

Verbanden tussen de achtergrondkenmerken, sociale context, duur van het internetgebruik en digitale vaardigheden en de afhankelijke variabelen content, contact en creatie, leerlingen in het voortgezet onderwijs van 12-18 jaar, 2008

	content	contact	creatie
meisje (jongen = ref.)	+	+	+
leeftijd	0	0	-
opleiding			
laag (ref.)			
midden	+	0	0
hoog	0	0	0
etnische herkomst			
Nederlands (ref.)			
Turks/Marokkaans/Surinaams/Antilliaans	+	0	0
sociale context			
opleiding ouders	0	0	0
offline cultuurparticipatie ouders	+	+	+
offline cultuurparticipatie vrienden	+	+	+
offline cultuurparticipatie tieners	+	+	+
duur van het internetgebruik	+	+	+
digitale vaardigheden tieners	0	+	+
scholen			
ICT: aandacht en gebruik	0	0	0
digitale voorzieningen	0	0	0
cultuur: aandacht en contacten	0	0	0

+ = positief significant effect; - = negatief significant effect; 0 = geen significant effect.

Bron: SCP

Voor alle drie de soorten online cultuurparticipatie geldt dat meisjes hier meer mee bezig zijn dan jongens. Meisjes blijken meer dan jongens bezig te zijn met het opzoeken van culturele informatie, het communiceren over cultuur en het creëren van culturele content. De leeftijd van de tieners is alleen bij creatie van invloed: de jongere tieners zijn meer bezig met het creëren van nieuwe content dan de oudere tieners. Verder blijken tieners van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse origine vaker culturele informatie op te zoeken dan autochtonen als achtergrondkenmerken en de cultuurdeelname constant wordt gehouden. Tieners van niet-westerse herkomst zoeken vooral vaker digitale informatie over films, dans en geschiedenis. Bij alle drie de vormen van online cultuurparticipatie geldt daarnaast dat tieners die langer online zijn, online meer bezig zijn met cultuur.

In navolging van onderzoek naar offline cultuurdeelname, werd verwacht dat hoogopgeleide tieners online cultureel actiever zijn dan laagopgeleide tieners. Dit blijkt niet zo te zijn. Wel blijkt dat havoleerlingen meer culturele informatie opzoeken dan vmbo-leerlingen. Ook het opleidingsniveau van de ouders doet er niet toe. Een mogelijke verklaring voor de bevinding dat opleidingsniveau niet samenhangt met online cultuurparticipatie, is de samenhang tussen opleidingsniveau en offline cultuurparticipatie. Hoger opgeleiden zijn cultureel actiever in het echte leven; door te controleren voor de offline cultuurparticipatie, verdwijnt het effect van opleiding.

Het belangrijkste voor de online cultuurdeelname van de tieners is de sociale omgeving. Het betreft dan de offline cultuurdeelname van tieners zelf, hun vrienden en hun ouders. Op welke school tieners zitten en of daar aandacht is voor en gebruik wordt gemaakt van ICT, of er ICT-voorzieningen zijn en of er extra aandacht is voor cultuur en scholen contact hebben met culturele instellingen, heeft geen invloed op de online cultuurparticipatie van tieners. De eigen offline cultuurdeelname is het belangrijkste bij content en contact; tieners zoeken vooral meer online op over cultuur of communiceren via het internet meer over cultuur als zij hier zelf ook naartoe gaan. De offline cultuurdeelname van de vrienden is eveneens van belang, op enige afstand gevolgd door die van de ouders. De invloed van de ouders wordt wellicht onderschat, doordat tieners vaak samen met hun ouders culturele instellingen en evenementen bezoeken. De cultuurdeelname van de ouders is hierdoor mogelijk indirect, via cultuurdeelname van de tieners zelf, van invloed op de online cultuurparticipatie van de tieners. Bij creatie zijn de vaardigheden in de omgang met de pc en het internet het belangrijkste, gevolgd door de duur van het internetgebruik en de sociale omgeving.

Noten

- 1 Op een aantal variabelen zijn missende waarden: een groot deel van de tieners wist bijvoorbeeld het opleidingsniveau van hun ouders niet of heeft geen antwoord gegeven op de vraag over de offline en online cultuurdeelname (of deze vragen zijn slechts deels beantwoord). Ook op een aantal scholen zijn geen vragenlijsten ingevuld. De ontbrekende waarden zijn daarom geïmputeerd. De modellen in dit hoofdstuk geven de resultaten weer van de analyses op de geïmputeerde data. De analyses zijn ook uitgevoerd met de afhankelijke variabelen zonder geïmputeerde waarden, en de onafhankelijke variabelen waarbij de missende waarden wel zijn geïmputeerd. De resultaten van deze analyses verschillen nauwelijks van de in dit hoofdstuk gepresenteerde analyses.
- 2 Op een aantal scholen zijn de docentenvragenlijsten echter niet ingevuld, waardoor voor deze scholen de scores onbekend zijn. Zoals in noot 1 is uitgelegd, zijn de missende waarde geïmputeerd. Voor een groot deel van de scholen is de score wel bekend, maar zijn er soms tegenstrijdige antwoorden ingevuld door verschillende docenten van dezelfde school. De meerderheid van de docenten is gevolgd. Bij een gelijk aantal docenten is gekozen voor de laagste score; zo is er eerder een onderschatting dan een overschatting van de invloed van scholen.

8 Samenvatting en slotbeschouwing

8.1 Samenvatting

De huidige jeugd groeit op met digitale media en heeft het gebruik van internet verweven in het dagelijks leven. Tegelijkertijd hebben culturele instellingen veel aanbod gedigitaliseerd en online toegankelijk gemaakt. In het kader van de doelstelling om meer jongeren aan te trekken, zien deze instellingen kansen in de digitale omgeving. Ook een deel van de ouders en de docenten in het voortgezet onderwijs streeft ernaar om de culturele belangstelling van jongeren te stimuleren. Het is echter de vraag in hoeverre de digitale generatie via digitale kanalen warm te krijgen is voor cultuuruitingen. In dit rapport is beschreven hoe cultureel actief tieners online zijn en in hoeverre die activiteiten samenhangen met de omvang van hun internetgebruik, hun digitale vaardigheden, de culturele activiteiten in het gezin en van hun vrienden, en de (culturele en digitale) activiteiten op school. Voor het onderzoek vulden 1592 leerlingen uit 167 klassen van 32 scholen in de klas een vragenlijst in. De scholen zijn verdeeld over vijf grote steden, elf middelgrote steden en drie kleine gemeenten. De leerlingen varieerden in leeftijd tussen de 12 en 18 jaar en zaten op het vmbo, de havo of het vwo (leerlingen in eindexamenklassen zijn niet ondervraagd).

Om de digitale cultuurparticipatie van 12-18-jarige scholieren te onderzoeken, is aansluitend op Hasebrink et al. (2009) een onderscheid gemaakt in drie rollen bij het internetgebruik. Deze drie rollen kunnen worden samengevat met drie C's:

- content (gebruik internet voor verschillende soorten informatie zoals tekst, beeld en geluid);
- contact (persoonlijke communicatie of interactie in *peer-to-peer*-netwerken);
- creatie (het zelf produceren van tekst, beeld of geluid en deze uploaden op internet alsmede het online reageren op bijdragen van anderen en het plaatsen van tags).

Content

In het internetgebruik van tieners zijn goed hun culturele voorkeuren uit het dagelijks leven te herkennen. Ze zoeken er vooral informatie over muziek, televisie of films, en in veel mindere mate naar historische gebeurtenissen, dans of toneel. Tieners verkiezen het digitale kanaal voor het opzoeken van praktische informatie over culturele instellingen boven televisie, krant, radio, boeken of tijdschriften. Steeds meer tieners kijken bioscoopfilms door ze te downloaden van internet, maar overwegend kijken zij films op televisie of dvd, of in de bioscoop. Inmiddels kijkt bijna een kwart van de tieners films via YouTube, en is voor tieners daarmee veruit het belangrijkste kanaal om op internet om films te zien. Dit gebeurde in 2008 veel meer dan het downloaden van films. Op YouTube worden ook veel clips en concerten bekeken, evenals filmpjes over cabaret, toneel en dans. YouTube heeft een sterke positie verworven bij de digitale cultuurparticipatie. Populaire cultuur (film en muziek) zijn daarbij veruit favoriet, maar een minderheid kijkt er ook naar traditionele cultuur. Het opzoeken van content doen meer meisjes

en hoogopgeleiden dan jongens en laagopgeleiden. Tussen diverse etnische groepen bestaan weinig verschillen.

Contact

Onderdeel van het sociale contact tussen tieners vormen de gesprekken over culturele onderwerpen. In *face-to-face*-contacten gebeurt dit vaker dan via internet (sociale netwerksites als Hyves en Facebook of instant messaging als msn'en). Over populaire cultuur (vooral tv-programma's, films en muziek) wordt bij zowel fysiek als virtueel contact meer gesproken dan over traditionele cultuur. Meisjes praten meer over beide vormen van cultuur dan jongens. Jongens nemen daarentegen een stuk vaker deel aan fora over culturele onderwerpen. Verder hebben vwo'ers vaker dan vmbo'ers online contact over culturele onderwerpen. De verschillen in communicatie tussen tieners van verschillende opleidingsniveaus zijn op internet echter kleiner dan in het dagelijks leven. Tieners communiceren vooral met elkaar, maar soms hebben ze via internet contact met culturele organisaties, al was het maar om kaarten te bestellen (vooral voor concerten). Over alle cultuuruitingen bezien, kopen zij evenwel nog vaak kaarten aan de kassa.

Creatie

Anders dan bij massamedia biedt internet de gelegenheid om zelf informatie aan het web toe te voegen. Tieners maken van deze interactieve mogelijkheden gebruik door bijvoorbeeld zelf foto's of filmpjes te uploaden (op YouTube of naar hun eigen profiel op Hyves), die ze veelal met hun mobiel hebben gemaakt. Vaak zijn dat foto's van zichzelf of van vrienden, al dan niet bewerkt in programma's als Photoshop. Foto's bewerken doen veel tieners, voornamelijk meisjes, maar naarmate de creatieve computeractiviteiten moeilijker worden, haken steeds meer tieners af. De meer ingewikkelde activiteiten ondernemen jongens vaker dan meisjes; zij kunnen beter omgaan met de moeilijkere instrumentele digitale vaardigheden. Vmbo'ers blijken op een aantal gebieden meer tijd te besteden aan het creëren van nieuwe content dan jongeren op de havo en het vwo. Het cultureel gehalte kan ook liggen in het object dat wordt vastgelegd. Een deel van de tieners registreert hun kunstzinnige activiteit (zang, muziek, stand-upcomedy) in digitale vorm. De groep tieners die dergelijke cultureel getinte filmpjes maakt en deze ook nog online zet, is klein. Veel vaker worden muziek of filmpjes van anderen, bekende muziek- of filmsterren, op de eigen website (veelal Hyves) gezet.

In 2010 begon Hyves steeds meer concurrentie van Facebook te krijgen, maar in 2008 (ten tijde van het onderzoek) was Hyves nog de sociale netwerksite voor tieners bij uitstek. Behalve het onderhouden van contacten en het uploaden van muziek, filmpjes en teksten, biedt Hyves de mogelijkheid om lid te worden van een groep rond een bepaald thema. Iets minder dan de helft van de tieners is lid van ten minste één culturele groep. Vooral groepen gericht op muziek, films of televisieprogramma's zijn populair; voor culturele instellingen tonen ze hier weinig belangstelling. Eigenlijk vinden ze Hyves niet de gepaste plaats voor het presenteren van culturele instellingen. Tieners zien Hyves vooral als een medium waarop je met je vrienden communiceert en op goedbedoelde initiatieven van volwassenen zitten ze niet echt te wachten.

Verschillen in internetgebruik voor culturele doeleinden verklaard

De culturele belangstelling van tieners krijgt vorm in een complex krachtenveld. Van huis uit krijgen zij culturele bagage mee, maar slechts een deel van de tieners groeit op in een cultureel actief gezin. Anderen komen via school of vrienden in aanraking met cultuur. In eerder onderzoek naar de determinanten van cultuurparticipatie is aangetoond dat ouders in uiteenlopende mate hun kinderen meenemen naar culturele instellingen en dat deze invloed een leven lang werkzaam blijft (Nagel 2004). Naarmate tieners ouder worden, neemt het belang van de vrienden toe en gaat de belangstelling vooral uit naar populaire cultuurvormen als concert en film. Traditionele cultuur staat onder jongeren vaak niet hoog aangeschreven, maar sommige tieners gaan vrijwel overal naar toe. Er zijn echter ook tieners die nergens heen gaan, zelfs niet naar de bioscoop of een muziekconcert.

Ook scholen doen in uiteenlopende mate hun best om leerlingen voor kunst en cultuur te interesseren. Sinds een aantal jaar is het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) verplicht. Cultuurprofiel scholen gaan hierin nog een stap verder en weven cultuur-educatie door alle vakken heen. De toepassing en integratie van cultuur op scholen hangt deels af van het enthousiasme en de inzet van docenten. Hetzelfde geldt voor het gebruik van ICT voor onderwijsdoeleinden: meer gemotiveerde en onderlegde docenten passen vaker ICT toe in hun lessen dan andere docenten. Dit is echter niet alleen een zaak van individuele docenten. Sommige scholen scheppen een omgeving waar beter met ICT kan worden gewerkt.

Naast deze verschillende contexten (ouderlijk milieu, school, jeugd(sub)cultuur) wordt de (breedte van) online cultuurparticipatie verder nog gestuurd door de digitale vaardigheden die tieners zich eigen hebben gemaakt en door de tijd die tieners op het internet besteden. Tieners zijn vaker in hun vrije tijd op internet dan op school. In beide gevallen verkiezen zij internet boven media als boeken en kranten om informatie op te zoeken.

Om inzicht te krijgen in de verschillende factoren in dit krachtenveld zijn voor de drie vormen van online cultuurdeelname (content, contact en creatie) multivariate analyses uitgevoerd. Bij zowel content, contact als creatie heeft de sociale omgeving grote invloed. Het betreft dan de offline cultuurdeelname van tieners, hun ouders en hun vrienden. Als tieners, ouders en vrienden in *real life* meer cultureel actief zijn, dan zoeken tieners online meer culturele informatie op, communiceren ze meer over dit onderwerp en creëren ze meer digitale culturele content. Bij creatie is de mate waarin tieners met de pc en het internet overweg kunnen iets belangrijker dan de sociale omgeving. Ook de tijd die tieners online zijn, is van invloed. Naarmate tieners langer op internet zitten, zijn ze online cultureel actiever. Verder zijn meisjes meer bezig met het zoeken en creëren van content en het online communiceren over cultuur. Scholen verschillen onderling sterk in de nadruk op cultuureducatie en ICT-infrastructuur. Ondanks deze verschillen hebben schoolkenmerken geen significante invloed op de mate waarin tieners online cultureel actief zijn.

8.2 Slotbeschouwing

De dataverzameling is bijna drie jaar geleden uitgevoerd. In 2008 zaten vrijwel alle tieners op internet en het is aannemelijk dat de omvang en breedte van hun internetgebruik verder zijn gegroeid. De opkomst van de smartphone heeft waarschijnlijk een belangrijk aandeel daarin. Tieners met een abonnement hebben daarmee overal toegang tot internet. In 2009 gebruikte bijna een derde van de 16-17-jarigen wel eens internet op zijn of haar mobiele telefoon. Internettoepassingen die jongeren normaliter via hun pc gebruiken, zoals msn'en en hyven, waren favoriet. Toch gebruikten tieners de mobiel nog steeds vooral om te bellen, te sms'en, op de klok te kijken, foto's te maken en muziek te luisteren (Duimel 2010). Inmiddels zal het internetgebruik via de mobiel zijn toegenomen. Vooral daardoor heeft het mediagebruik van tieners in 2011 meer een mobiel karakter dan drie jaar geleden. Deze ontwikkeling zal de komende jaren verder doorzetten. Niet alleen door laptops en smartphones, maar sinds kort ook door tablets is internet steeds meer altijd en overal toegankelijk. In Nederland wordt al gesproken van een WiFi-generatie (Delver en Hop 2009), de generatie die mobiel internet vanzelfsprekend vindt.

In de afgelopen jaren heeft de draadloze communicatie zich gemanifesteerd als een van de snelst groeiende technologische ontwikkelingen ooit. Deze ontwikkelingen ondersteunen of versterken de sociale netwerken van de jeugdcultuur. Via nieuwe platforms kunnen tieners bestaande culturele voorkeuren (popmuziek, televisieprogramma's en film) uiten. Smartphones en andere vormen van draadloos internet (zoals WiFi) hebben sociale interactie en cultuurconsumptie losgekoppeld van vaste locaties. Hierin zien Castells et al. (2007: 127) de opkomst van een mobiele jeugdcultuur. Jongeren kunnen mobiele technologie gebruiken om contacten met vrienden te intensiveren en om individuele en collectieve identiteiten te ontwikkelen. Traditionele vormen van socialisatie en cultuuroverdracht komen hierdoor nog meer onder druk te staan, aangezien 'these new technologies move young people away from the sphere of influence of traditional socialization structures, such as the home, educational system, and broadcast media, while providing an ever-widening range of socializing and identification options' (Castells et al. 2007: 141). Mocht dit inderdaad zo zijn, dan wordt het moeilijker om tieners langs de digitale weg voor traditionele cultuur te interesseren. De bekrachtiging van hun interesses voor popmuziek, televisieprogramma's en film zal de afstand tot ander aanbod alleen maar vergroten. De culturele voorkeuren van de *peer group* zullen nog meer bepalen wie waarvan houdt en de gehechtheid aan populaire cultuur versterken.

De ontwikkeling van het internetgebruik betekent niet alleen dat jongeren steeds meer altijd en overal online zijn, maar ook dat zij een actievere rol in dit mediagebruik vervullen. Door de interactieve mogelijkheden van internet zijn gebruikers in staat allerlei informatie aan internet toe te voegen. In dit rapport zijn deze activiteiten onderzocht onder de noemer 'creatie'. Zo bieden recente digitale hits als MySpace, Hyves, Facebook, Flickr, YouTube en Twitter nieuwe tools om tekst, foto's en video met anderen te delen. Veel jongeren maken van deze mogelijkheden gebruik om zichzelf te profileren op sociale netwerksites. Hun Hyvespagina bijvoorbeeld, wordt aangepast aan het ontwerp

van hun persoonlijke smaak en ze tonen daar (*embedden*) filmpjes van YouTube. Online delen zij wat ze doen en denken en wat hen boeit. Sommigen doen dat uitgebreid op blogs of podcasts, maar bij de meesten gaat het niet verder dan een basale reflectie op het dagelijks leven, het uploaden van foto's en het plaatsen van filmpjes. Vooral nog is het consumptieve gebruik van internet veel groter dan het productieve gebruik. Volgens sommige auteurs, zoals Jenkins (2006), ligt een ontwikkeling van de actieve rol wel in het verschiet. Consumenten zouden transformeren in actieve participanten die bijdragen aan de inhoud van de media en aan de circulatie van media-inhoud. Door deze activiteit ontstaat dan een nieuwe cultuur, door Jenkins aangeduid als een *participatory culture*. In deze cultuur zou de emotionele betrokkenheid bij het mediagebruik groter zijn dan in de receptieve cultuur van het televisietijdperk. Meer keuzemogelijkheden bieden een grotere controle over het eigen mediagebruik.

Hoe basaal jongeren nu ook gebruikmaken van de interactieve mogelijkheden op het internet, jongeren dragen daarmee wel bij aan de circulatie van media-inhoud. Online worden grote sociale netwerken gevormd en nieuwe platforms voor communicatie en publiek debat gebouwd. Een deel van de sociale netwerken is gericht op maatschappelijke vraagstukken. Een minderheid presenteert de vruchten van eigen creatieve activiteit op internet. Dat kan gaan over kunstbeoefening in de vrije tijd (bv. zelf zingen of muziek maken; Van den Broek 2010) of bestaande applicaties modifieren (bv. in games (co-creatie); Hermes en Janssen 2006). Zo vormt participatiecultuur een context voor onder meer artistieke expressie.

Van het circuleren van nieuwe media-inhoud, de online maatschappelijke betrokkenheid, de artistieke expressie alsmede de gezamenlijke kennisontwikkeling (bv. Wikipedia) wordt wel beweerd dat het gunstige externe effecten heeft. Het zou bijdragen aan nieuwe mogelijkheden voor *peer-to-peer learning*, aan een grotere diversiteit van culturele expressie en aan de ontwikkeling van vaardigheden die op de werkvloer worden gewaardeerd. Volgens Jenkins (2009) functioneert het zelfs als een verborgen curriculum dat beïnvloedt hoe succesvol jongeren op school en in hun werk zullen zijn.

Implicaties voor beleid

De euforie over nieuwe digitale mogelijkheden in de wereld van traditionele cultuur staat voornamelijk in schril contrast met het gebruik hiervan onder tieners. De meeste tieners blijken online dezelfde reserve tot traditionele cultuur te kennen als in het echte leven; internet is geen trigger voor tieners zonder culturele belangstelling. Dat blijkt zowel uit de informatie die ze online zoeken als uit de onderwerpen die zij met elkaar bespreken. Wel hebben cultureel geïnteresseerde tieners een extra platform gekregen om culturele interesses met elkaar te delen. Bovendien is het internet een makkelijker medium om dingen voor school op te zoeken.

De blijvende en misschien wel groeiende afstand tot traditionele cultuur onder tieners is teleurstellend voor een cultuurbeleid dat vergroting van de publieksparticipatie als een van de pijlers heeft. OCW streeft niet alleen naar een toename van het publieksbereik, maar ook naar een verbreding van de publiekssamenstelling en naar een verdieping van culturele kennis (TK 2006/2007). Verondersteld wordt dat het digitaliseren van cultuur kan leiden tot meer bezoekers (publieksvergroting), tot meer bezoekers uit groepen

die traditioneel weinig naar culturele instellingen komen (publieksvernieuwing) en tot een betere kwaliteit en grotere intensiteit van de cultuurbeleving (publieksverdieping) (Nulens et al. 2005). Het trekken van meer jongeren is een expliciet onderdeel van de publieksverbreding. OCW stimuleert in het nieuwe millennium vanuit het programma Cultuur en ICT de digitalisering van cultuur en het gebruik hiervan (OCW 2002). Ook bij de digitalisering van culturele content worden jongeren aangeduid als een potentiële gebruikersgroep.

Inmiddels hebben culturele instellingen grote delen van hun collecties gedigitaliseerd en een deel daarvan online toegankelijk gemaakt voor een breed publiek, soms voor het onderwijs in het bijzonder (De Haan et al. 2006; DEN 2009). Mede door grotere investeringen liepen in vergelijking met musea en bibliotheken in 2008 de archiefinstellingen voorop bij het digitaliseren van hun collecties. Zij geven aan dat een relatief groot deel van de eigen materiële collectie niet digitaal gereproduceerd hoeft te worden, terwijl musea juist vinden dat het grootste deel van hun collectie digitaal wel beschikbaar zou moeten zijn (DEN 2009). Hoewel veel podia een eigen website hebben, vindt digitale registratie van voorstellingen en concerten slechts op beperkte schaal plaats. Bij de online ontsluiting gaat het dan vooral om fragmenten die een potentieel publiek moeten binnenhalen (De Haan et al. 2006). Een innovatief initiatief (Fabchannel) om registraties van concerten in Paradiso en de Melkweg online (in hoge resolutie tegen betaling) beschikbaar te stellen, heeft het na een periode van subsidie niet zelfstandig kunnen bolwerken. YouTube biedt veel muziekfilmpjes (in lage resolutie) gratis aan en is een te grote concurrent voor de aandacht van de gebruiker.

Tieners hebben inmiddels hun eigen patronen van internetgebruik ontwikkeld. Filmpjes kijken ze via YouTube, fansites bezoeken ze op MySpace, en met elkaar kletsen ze via msn of Hyves en steeds vaker via Facebook. Voor de traditionele cultuur is in dit patroon weinig plaats en er is ook geen reden om aan te nemen dat de dominantie van de populaire cultuur in vriendennetwerken binnenkort doorbroken zal worden. Uit vrije wil zoekt een beperkte groep traditionele cultuur op internet en op pogingen van culturele instellingen om in hun virtuele leefwereld binnen te dringen, zitten ze eigenlijk niet te wachten. Zo bleek uit dit onderzoek dat de grote meerderheid van de tieners het niet belangrijk vindt dat die instellingen zich via Hyves tot hen richten. Het internetgebruik van tieners lijkt divers, maar het kent wel een logica die aansluit bij de jeugdcultuur waar onderlinge interactie en eigen culturele voorkeuren centraal staan. De opkomst van mobiel internet zal deze interne blik alleen maar versterken. Het cultuurbeleid doet er goed aan zich te realiseren dat er beperkingen kleven aan een digitale strategie om jongeren te interesseren voor de traditionele cultuur.

De verwevenheid van internetgebruik en jeugdcultuur betekent echter niet dat tieners in het geheel niet met traditionele cultuur in aanraking komen. Voor school zoeken ze over allerlei onderwerpen informatie, in het kader van het vak CKV ook over cultuur. Met of voor school bezoeken ze bovendien culturele instellingen. Deze combinatie van online en offline cultuurdeelname zorgt ervoor dat tieners in aanraking komen met cultuuruitingen die ze niet uit zichzelf gezocht of bezocht zouden hebben. Opmerkelijk is dat uit dit onderzoek blijkt dat de mate waarin scholen zich inspannen op cultureel of digitaal

terrein niet uitmaakt voor de mate waarin tieners content zoeken, met elkaar contact hebben of zelf nieuwe media-inhoud creëren. Mogelijk zijn de verschillen tussen scholen te klein om de invloed hiervan waar te nemen of valt deze invloed weg door kracht van andere beïnvloedende factoren. Voor scholen is het moeilijk om door extra inspanningen een verschil te maken.

De digitale generatie is cultureel actief in de virtuele wereld. Die online activiteit weerspiegelt de offline interesses: veel belangstelling voor populaire cultuur en vrij weinig aandacht voor traditionele cultuur. De gedachte dat tieners langs digitale weg voor kunst en cultureel erfgoed zijn te interesseren, blijkt lastiger te realiseren dan gehoopt of gewenst.

Summary

How cultural is the digital generation?

Use of the Internet for cultural purposes by school-age teenagers

Over the past decade, young people in the Netherlands have developed into fervent Internet users. At the same time, cultural institutions have digitised a great deal of their content and made it accessible online. This was seen as a challenging combination, or a new opportunity to reach this target audience, since most young people are online. It is however unclear how much use the digital generation actually makes of the online opportunities for cultural purposes.

This report describes how culturally active teenagers are on the Internet and to what extent their cultural activities are related to the extent of their Internet use, their digital skills, the cultural activities of their family and friends, and the (cultural and digital) activities at their school.

For this study, 1592 Dutch secondary school students were interviewed in 2008, with questionnaires being completed by students in 167 classes at 32 schools distributed across five large cities, 11 medium-sized cities and three small municipalities. The students varied in age from 12 to 18 years and were attending courses at pre-vocational secondary, senior general secondary or pre-university level (students in final examination classes were not interviewed).

In order to investigate the digital cultural participation of 12-18 year-olds, a distinction was made between three types of Internet use. These can be summarised using three 'C's':

- *content* (using the Internet to search for various kinds of information, such as text, images and sound);
- *contact* (personal communication or interaction in peer-to-peer networks);
- *creation* (production of text, images or sound and uploading these to the Internet, as well as responding online to contributions from others and posting tags).

Content

Teenagers' cultural preferences in the daily lives can be recognised from the way they use the Internet. They use the Internet primarily to look for information about music, television or films, and to a much lesser extent for information on historical events. A quarter or less look for information about dance and theatre. If teenagers look for practical information about cultural institutions, such as a cinema or museum, they mostly do this via the Internet; television, newspapers, radio, books or magazines are much more rarely used as sources of this information. However, it would be going too far to conclude that the media use of Dutch teenagers is now largely digital in nature; teenagers still read physical newspapers more than online newspapers, for example (and even then prefer a news website such as nu.nl to the online version of a physical newspaper), and a large majority watch television on the 'ordinary' TV set. Despite the fact that more than

half of Dutch teenagers (almost) never watch TV on the Internet, in 2008 a small group were already doing so. On the other hand, these data were gathered in 2008, and the digitisation of teenage media use will undoubtedly have increased since then.

Films, too, are no longer watched exclusively on television, DVD or in the cinema, though these formats still dominate. Just under a quarter of Dutch teenagers watch films via YouTube, by far the most important channel for viewing internet films. This was much more popular in 2008 than downloading films.

The digitisation of music began with the CD and therefore has a much longer history than the digitisation of other cultural material. Among young people, the separation of music and the information carrier (the CD) has already progressed a long way, and the MP3 has today easily overtaken the CD. The most popular vehicle for listening to MP3s is the PC, followed by an MP3 player/iPod and then the mobile telephone. The 'ordinary' radio is still more popular than listening to radio via the Internet. Clips and concerts are viewed mainly via YouTube, and the same applies for film clips involving cabaret, theatre and dance. YouTube has acquired a strong position in digital cultural participation. Popular culture (film and music) is far and away the favourite genre, though a minority also view traditional cultural material. Teenagers, and especially girls in the highest secondary education tracks (senior general secondary and pre-university education), spend more time on average searching the Internet for cultural topics than boys and students in pre-vocational secondary education. There are few differences between different ethnic groups.

Contact

Social networking sites (such as Facebook and, in the Netherlands, Hyves) and instant messaging (MSN) are popular among teenagers as a means of making and maintaining contact with others. They also use these sites to chat about cultural topics, again mostly TV programmes, films and music. Traditional culture is much less often a topic of conversation than popular culture. Teenagers talk about all cultural material more often in face-to-face contacts than via the Internet. The relationship between popular and traditional culture is similar in physical contacts to on the Internet; once again, girls are more interested in culture than boys, but boys more often take part in forums about cultural topics. In addition, students in pre-university education more often have online contact about cultural topics than students in pre-vocational secondary education. The differences in communication between teenagers with different education levels are however smaller than in daily life. Teenagers communicate mainly with other teenagers. They do sometimes contact cultural organisations via the Internet, for example to order tickets (mostly for concerts), but more often buy them at the box office.

Creation

Unlike the mass media, the Internet allows users to add information to the Web themselves. Teenagers make use of these interactive possibilities in various ways, for example by uploading photos or film clips (on YouTube or to their own profile on Hyves), which they often create themselves using their mobile telephone. These are often photographs of themselves or friends, sometimes but not always processed using a program such

as Photoshop. It is here that the boundary between social contact and cultural expression becomes diffuse. Processing photos and films is an area with many possibilities offering great scope for creativity. Girls are mainly interested in processing photos; as the creative computer activities become more difficult, more teenagers tend to give up. The more complex activities are often undertaken by boys, because they tend to be better versed in the more difficult instrumental digital skills. Students in pre-vocational secondary education are found to be more creative in a number of areas and to have more time to creating new content than young people in senior general secondary and pre-university education.

The cultural content may also be contained within the object that is recorded. For example, a proportion of teenagers record their artistic activity (song, music, stand-up comedy) in digital form, and some have even become famous because of the film clips they have uploaded. However, the group of teenagers who make such culturally slanted films and place them online is small. Much more often, it is music or film clips made by others, usually famous musicians or film stars, which teenagers place on their own website (often Hyves).

In 2010, Hyves began to face increasing competition from Facebook, but in 2008 (at the time of this survey), Hyves was still the social networking site of choice for most teenagers. Apart from maintaining contact with others and uploading music, film clips and texts, Hyves allows users to join special interest groups. Just under half the teenagers surveyed are members of a least one cultural 'hyve'. Groups focusing on music, films or TV programmes are especially popular; there is little interest in cultural institutions here. In fact, teenagers do not consider Hyves to be an appropriate place for presenting cultural institutions; they see Hyves primarily as a medium for communicating with friends.

Offline and online cultural participation

Children most commonly become acquainted with culture in the cinema, museums or theatre through their parents. Some parents take their children with them to different cultural events, while other parents do not do this or do so to a lesser extent. During puberty, teenagers often swap the company of their parents for that of their peers. In the company of their friends, their interest is mainly in concerts and film; traditional culture is generally not greatly prized in the peer group, though some teenagers do go to almost every kind of cultural activity. On the other hand, there are also teenagers who never go anywhere, including to the cinema or concerts.

The interest in culture via the Internet runs parallel to visits to cultural institutions. In other words, teenagers who are more active culturally online also visit cultural activities more often in the physical world. In both cases, cultural activity is not measured by the frequency of visits, but by the number of different cultural activities visited, physically or online. Since a majority of teenagers are interested in film and music, the breadth of this cultural repertoire is largely determined by less frequently visited – often traditional – cultural activities.

Online cultural participation is not only associated with the user's visits to cultural activities in real life, but also with the cultural activity of their parents and friends. If their

parents and friends engage in cultural activities in everyday life, teenagers tend to be more culturally active on the Internet. This applies both for the use of cultural information (content) and for the online discussion of cultural topics (contact) and uploading their own information (creation). Earlier research on the determinants of cultural participation has demonstrated that the influence of parents who take their children to cultural institutions remains with those children for the rest of their lives (Nagel 2004). The relationship between cultural participation by the parents and the online cultural activity of their children suggests that the parental example also influences their children's online participation. The relationship between online cultural participation by teenagers and the offline cultural participation of their friends suggests that the selection of those friends is definitely important; teenagers who are interested in culture may be more likely to have friends who are also interested in it.

Internet use for cultural purposes in leisure time and for school

Schools differ in the degree to which cultural education is incorporated in the curriculum. It has been mandatory for some years for all school students to receive cultural and artistic education (СКУ). Schools with a specifically cultural profile go a step further and weave cultural education through all subjects. The input and integration of culture in schools depends in part on the enthusiasm and dedication of the teaching staff. The use of ICT for educational purposes also depends partly on the initiative and enthusiasm of teachers. More motivated teachers with a better grounding in ICT will incorporate it more often in their lessons than other teachers. This is not only a matter of individual teachers, however; some schools create an environment which fosters the use of ICT. This depends among other things on the school ICT policy and the associated ICT facilities available. However, ICT is integrated to only a very limited extent in arts subjects.

Teenagers have access to the Internet virtually all the time at home and to a limited extent at school. Their Internet usage at school is also considerably lower than at home. More than a third of students are online only a few times a month or less at school. At home, parents have some influence on the interests of their children, and teenagers are also expected to do homework. To separate their own interests from school assignments, respondents were asked whether looking for cultural information online is something they do for their own entertainment or as an assignment from school. The responses show that teenagers search for information on cultural heritage mainly for school. Teenagers who visit cultural institutions with their school search for information on this for school more often. Half the teenagers surveyed occasionally look something up about museums and national monuments in their leisure time. Teenagers watch film clips about cabaret, theatre or dance mainly in their leisure time. In both cases – homework and their own entertainment – teenagers prefer the Internet to media such as books and newspapers.

Differences in Internet use for cultural purposes explained

The cultural interests of teenagers form a complex of differing influences. Most receive some cultural initiation at home, but whereas for some this is minimal, others have

already experienced the full cultural spectrum with their parents. Schools also differ in the degree to which they make efforts to interest students in arts and culture. Teenagers' cultural interests take on a different form in contact with their peers. Youth culture can certainly not be regarded as homogenous; there are many subcultures, each with its own norms as to which cultural activities can be discussed, visited and shared. All these contexts (parental *milieu*, school, youth (sub)culture) influence the breadth of online cultural participation by teenagers, which is in turn dependent on their digital skills and possibly the extent to which schools encourage or facilitate ICT use. To gain an impression of the dominant factors in this complex arena, multivariate analyses were performed for three types of online cultural participation (content, contact and creation).

If the circumstances are kept statistically constant, it is still found that girls participate in culture online more than boys. They are much more engaged in searching for cultural information, communicating about culture and creating cultural content.

The social context plays a key role in online cultural participation. In each of the three types of participation (content, contact, creation), the biggest influence is the offline cultural participation by teenagers themselves, as well as that of their friends and parents. If teenagers themselves, their friends and their parents visit more cultural activities, teenagers communicate more about culture online and search for more information about culture. Other factors also have a varying influence. In the case of creation, the skill teenagers have in using a PC and the Internet have a greater influence than the social context. Teenagers with good digital skills communicate more about culture and are more active in creating new content than teenagers with poor skills. Education level plays a role with regard to content: students in senior general secondary education search for more cultural information than pre-vocational secondary students. The time teenagers spend online is important for all types of activity – content, contact and creation; the longer they spend on the Internet, the greater their online cultural activity. Schools vary considerably. Some emphasise cultural education; others provide strong support for education by offering a good ICT infrastructure and by integrating Internet use into the curriculum. Yet these school characteristics have no significant influence on the online cultural participation of teenagers. Consequently, the cultural repertoire of students at schools which are more active in one or both domains is no broader than that of students at other schools.

As already stated, the data for this study were gathered in 2008. Many teenagers were already online at that time, and the rise of the smartphone in recent years has expanded the possibilities even further. Subscribers with a smartphone can access the Internet from wherever they happen to be. It is therefore likely that teenage media use will acquire a more digital character in 2011 than was the case three years ago, and that the different forms of online cultural participation have become even more a part of their daily lives.

Whether traditional cultural institutions have gained better access to the envisaged target group of young people via the Internet is doubtful. Increasing the reach among teenagers through digital contact is not necessarily the best way forward, and teenagers themselves show a clear preference for popular culture online. Their online activity is more concerned with communicating with friends and playing games. Where they

do look up information about traditional culture, they do this mainly for homework. On the other hand, there is a small group who visit traditional cultural websites out of their own interest; these are teenagers who have accompanied their parents to cultural institutions from a young age and who still find their way to them. When teenagers are asked what they expect from cultural institutions, they reply that they do not want to see concert halls and theatres having a presence on social networking sites. Teenage Internet use is a part of youth culture, and that is something from which they prefer to keep adults at some distance.

Bijlage Woordenlijst

De definities van onderstaande woorden zijn voornamelijk gebaseerd op wikipedia.nl, boyd en Ellison 2008, Duimel en De Haan 2007, Huberman et al. 2009, Plant 2004 en Subrahmanyam et al. 2006.

Chat room

Een chat room is virtuele ruimte waar men met anderen contact kan hebben (chatten) en is meestal gericht op bepaalde onderwerpen of interesses. Het is een vorm van open Instant Messaging, waarbij iedereen die aangemeld is bij de chat room de reacties van anderen kan zien en hierop kan reageren. Er heerst meestal een grote mate van anonimiteit, aangezien men zich aan kan melden onder een nickname of pseudoniem. In een deel van de chat rooms is een moderator aanwezig, die kan besluiten om gesprekken niet online te laten verschijnen als deze bijvoorbeeld te obscene zijn (o.a. Subrahmanyam et al. 2006).

Community

Een online community is een groep individuen die tijdelijk of permanent communiceren via een elektronisch medium (Plant 2004), bijvoorbeeld via het internet.

Embed(ded)

Dit is mogelijkheid om bijvoorbeeld filmpjes van YouTube weer te geven op een andere website. Door een filmpje te embedden in bijvoorbeeld je sociale netwerkpagina, kunnen bezoekers op jouw pagina dit filmpje bekijken.

Forum

Een forum is een digitale publieke discussiepagina op het internet waar verschillende onderwerpen besproken worden. Soms is een registratie nodig alvorens men mee kan doen in discussies.

Hyves, een hyve, hyver

Hyves is opgericht in 2004 en uitgegroeid tot de meest populaire sociale netwerksite (sns) in Nederland. Na registratie en het aanmaken van een persoonlijke profielpagina, kan men anderen als vrienden aanmerken en zo een virtueel sociaal netwerk opbouwen. Op de persoonlijke profielpagina is het naast het aangeven van onder andere je hobby's, school, werk, mogelijk om bijvoorbeeld foto's, filmpjes en een blog te plaatsen. Gebruikers kunnen ook berichtjes ('krabbels') bij elkaar achterlaten. Een gebruiker van Hyves noemt men een hyver. Een hyve is een groepspagina waarbij men zich kan aanmelden. Dit kunnen pagina's zijn van culturele instellingen, maar ook van onderwerpen als 'archeologie' en 'muggen zijn kut' (o.a. Duimel 2009).

IM/ Instant Messaging

Instant Messaging is een benaming van technologieën die er op gericht zijn digitale berichten zo snel mogelijk over te brengen. Dit kunnen systemen zijn waarin berichten open verstuurd worden en daardoor voor iedereen leesbaar zijn (bijvoorbeeld ‘tweets’). Andere systemen zijn gesloten, waarbij de berichten alleen gelezen kunnen worden door degene aan wie de berichten verstuurd zijn. Het meest populaire gesloten IM programma in Nederland is MSN (tegenwoordig: Windows Live Messenger) (o.a. Duimel en De Haan 2007).

Jumpen

Is zowel een muziekstijl als bijbehorende dans, afgeleid van de hardcore. Het is elektronische dansmuziek met nadruk op een harde bas. De muziekstijl beleefde in Nederland in 2005 en 2006 het hoogtepunt.

Mashup

Is een webpagina of -applicatie waar gegevens uit meerdere bronnen gecombineerd en gezamenlijk gepresenteerd worden.

Morphing

Dit staat voor het geleidelijk overvloeien van de ene afbeelding in een andere. Het resultaat wordt een *morph* genoemd.

MSN/WLM

MSN Messenger, of intussen Windows Live Messenger, is een IM programma van Microsoft. Na het downloaden van dit programma op de computer is het mogelijk om onder andere te chatten, spelletjes te spelen, bestanden uit te wisselen en te praten met contactpersonen. Deze gesprekken zijn gesloten waardoor de berichten alleen gelezen kunnen worden door de contactpersoon aan wie de berichten gericht zijn.

Online streaming

Het op internet rechtstreeks bekijken van filmpjes of beluisteren van muziek, zonder dat de bestanden gedownload hoeven te worden.

Sociale Netwerksites (SNS)

Een sociale netwerksite is een online website waarop individuen een (semi-)publiek profiel kunnen maken, een lijst kunnen maken van gebruikers met wie zij iets gemeen hebben (vrienden, familie, dezelfde interesses, etc.) en de netwerken van anderen kunnen bekijken. De netwerken kunnen uit bekenden uit het offline leven bestaan, maar ook uit mensen die men online heeft ontmoet. Bij veel SNS is het mogelijk om op elkaars profiel berichten achter te laten, foto's en films te delen en persoonlijke berichten sturen (boyd en Ellison 2008). SNS zijn een duidelijk voorbeeld, omdat ze ontstaan doordat gebruikers informatie aanleveren (*user-generated content*).

Tags

Een tag is een woord dat toegekend is aan of opgenomen in een digitaal bestand. Op basis van deze tags kan informatie geordend en gevonden worden. Bijvoorbeeld het toevoegen van 'bloem' aan een foto van een bloem leidt er toe dat als gezocht wordt op dit trefwoord, de foto verschijnt.

Twitter, twitteren, tweets

Twitter is een sociale netwerksite, opgericht in 2006, waarop men openbaar berichten kan sturen (open vorm van *Instant Messaging*). Berichten op Twitter worden tweets genoemd en bestaan uit maximaal 140 tekens. Gebruikers kunnen net als bij andere sociale netwerksites een profiel opstellen en andere twitteraars volgen of gevolgd worden (o.a. Huberman et al. 2009)

Web 2.0

Het begrip web 2.0 wordt gebruikt om een nieuwe generatie van webapplicaties aan te merken, die rond user-generated of user-manipulated content zijn gebouwd. Voorbeelden zijn Wikipedia, YouTube en Hyves.

Literatuur

- Altena, A. (2008). De computer als creatieve toverdoos. In: *Boekman*, jg. 20, nr. 75, p. 88-92.
- Balanskat, A., R. Blamire en S. Kefala (2006). *The ict impact report. A review of studies of ict impact on schools in Europe*. Brussel: European schoolnet.
- Becker, H. (1992). *Generaties en hun kansen*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Bogt, T. ter (1990). *Andere wereld: jongeren en vrije tijd*. Amersfoort: Giordano Bruno.
- Boschma, J. en I. Groen (2006). *Generatie Einstein: slimmer, sneller, socialer. Communiceren met jongeren van de 21e eeuw*. Amsterdam: Pearson Education.
- boyd, D. en N. Ellison (2008). Social Network Sites: definition, history and scholarship. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, jg. 13, nr. 1, p. 210-230.
- Breedveld, K., A. van den Broek, J. de Haan, L. Harms, F. Huysmans en E. van Ingen (2006). *De tijd als spiegel. Hoe Nederlanders hun tijd besteden*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den (2008). Cultuurdeelname. In: A. van den Broek en S. Keuzenkamp (red.), *Het dagelijks leven van allochtone stedelingen* (p. 149-169). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den (2010). *faqs over kunstbeoefening in de vrije tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den, J. de Haan en F. Huysmans (2009). *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in de cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Brummelhuis, A. ten (2006). Aansluiting onderwijs en digitale generatie. In: J. de Haan en C. van 't Hof (red.), *De digitale generatie* (p. 125-141). Amsterdam: Boom.
- Brummelhuis, A. ten, en E. Kuiper (2008). Driving forces for ict in learning. In: J. Voogt, en G. Knezek (red.), *International Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education*. New York: Springer Verlag.
- Bijnagte, I. (2003). Praktische ondersteuning voor cultuureducatiedocenten. In: *Bulletin Cultuur & School*, jg. 6, nr. 30, p. 10-11.
- Castells, M., M. Fernandez-Ardevol, J. Linchuan Qiu en A. Sey (2007). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge: MIT Press.
- CBS (2007). Aantal dagbladabbonementen blijft dalen. In: *Webmagazine cbs*, 23 juli 2007.
- CBS (2010). Voortgezet onderwijs; deelname leerlingen naar herkomst/generatie. *StatLine*. Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Damen, M., H. Ganzeboom, F. Haanstra en I. Nagel (2003). *Cultuur + Educatie 8: Momentopnames ckv1. Eindrapportage ckv1-Volgproject*. Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.
- Delver, B. en L. Hop (2009). *De wifl-generatie; de jeugd op het mobiele internet. Vliegensvlug en Vogelvlug*. Den Haag: Van Stockum.
- DEN (2009). *De digitale feiten, onderzoek naar de omvang en kosten van gedigitaliseerd cultureel erfgoed*. Den Haag: Stichting Digitaal Erfgoed Nederland.
- Deursen, A. van (2010). *Internet skills. Vital assets in an information society* (proefschrift). Enschede: Universiteit van Twente.
- Deursen, A. van, en J. van Dijk (2008). *Digitale vaardigheden van Nederlandse burgers. Een prestatie-meting van operationele, formele, informatie en strategische vaardigheden bij het gebruik van overheidswebsites*. Enschede: Universiteit Twente.
- Duimel, M. (2007). *Verbinding maken. Senioren en internet*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Duimel, M. (2009). Twitteren: gluren bij de burens in het web 2.0 tijdperk. In: *mm Nieuws*, jg. 11, nr. 2, p. 14.

- Duimel, M. (2010). *Altijd binnen bereik; 8-18 jarigen en mobiele telefoons*. Den Haag: Stichting Mijn Kind Online.
- Duimel, M. en J. de Haan (2007). *Nieuwe links in het gezin. De digitale leefwereld van tieners en de rol van hun ouders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Eijck, K. van (1997). The impact of family background and educational attainment on cultural consumption: A sibling analysis. In: *Poetics*, jg. 25, nr. 4, p. 195-224.
- Eijck, K. van, W.P. Knulst en K. van Rees (2001). Van oude naar nieuwe media. In: *Economisch Statistische Berichten*, jg. 86, nr. 4310, p. 440-442.
- Ertmer, P.A. (2005). Teacher pedagogical beliefs: the final frontier in our quest for technology integration? In: *Educational Technology Research and Development*, jg. 53, nr. 4, p. 25-39.
- Canzeboom, H.B.G. (1982). Cultuurdeelname als verwerking van informatie of verwerving van status. Een confrontatie van twee alternatieve verklarende theorieën aan de hand van reeds verricht onderzoek. In: *Mens en Maatschappij*, jg. 57, nr. 341-372, p. 341-372.
- Canzeboom, H. (1989). *Cultuurdeelname in Nederland. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan culturele activiteiten*. Assen/Maastricht: Van Gorcum.
- Canzeboom, H., F. Haanstra, M. Daamen en I. Nagel (2003). *Momentopnames ckv1. Eindrapportage ckv1-volgproject*. Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.
- Gennip, H. van, en H. Braam (2005). Leren en ICT. In: J. de Haan en L. van der Laan (red.), *Jaarboek ict en Samenleving 2005; kennis in netwerken* (p. 129-146). Amsterdam: Boom.
- Gennip, H. van, C. van Rens en E. Smeets (2008). *Didactiek in balans. ict in het onderwijs*. Nijmegen: ITS.
- Grinten, M. van der, en C. Oomen (2008). Cultuureducatie in het voortgezet onderwijs. In: M. van der Grinten, P. Hagenaars, K. Hoogeveen, C. Oomen, A.L. van der Vegt en T. Jijdens (red.), *Pegasus' vlucht gevolgd. Cultuur en School 1997-2007: doelstellingen, onderzoek en resultaten* (p. 110-131). Utrecht: Cultuurnetwerk (Cultuur en Educatie 21).
- Haan, J. de (2003). Sociale ongelijkheid en ICT. In: J. de Haan en J. Steyaert (red.), *Jaarboek ict en Samenleving 2003* (p. 21-46). Amsterdam: Boom.
- Haan, J. de (2008). Van oude en nieuwe iconen. In: *Vrijtijdsstudies*, jg. 26, nr. 1, p. 5-15.
- Haan, J. de (2008). Virtuele vreugde of verdriet. In: *Boekman*, jg. 20, nr. 75, p. 30-34.
- Haan, J. de (2010). *De trage acceptatie van snelle media. Tiele-lezing 2010*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Haan, J. de, en A. Adolfsen (2008). *De Virtuele Cultuurbezoeker. Publieke belangstelling voor cultuurwebsites*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, en C. van 't Hof (red.) (2006). *De digitale generatie. Jaarboek ict en Samenleving 2006*. Amsterdam: Boom.
- Haan, J. de, en F. Huysmans (2002). *Van huis uit digitaal. Verwerving van digitale vaardigheden tussen thuismilieu en school*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, en F. Huysmans (2006). Informatievaardigheden in een kennismaatschappij. In: *Sociaal en Cultureel Rapport 2006: investeren in vermogen* (p. 91-116). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, en F. Huysmans (2007). De digitalisering van media- en informatiegebruik. In: J. Steyaert en J. de Haan (red.), *Jaarboek ict en Samenleving 2007: gewoon digitaal*. (p. 69-88). Amsterdam: Boom.
- Haan, J. de, R. Mast, M. Varekamp en S. Janssen (2006). *Bezoek onze site; over de digitalisering van het culturele aanbod*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Hagenaars, P. (2008). Doel en streven van Cultuur en School. In: M. van Hoorn (red.), *Pegasus' vlucht gevolgd. Cultuur en School 1997-2007: doelstellingen, onderzoek en resultaten* (p. 10-48). Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.

- Hargittai, E. en G. Walejko (2008). The participation divide. Content creation and sharing in the digital age. In: *Information, Communication & Society*, jg. 11, nr. 2, p. 239-256.
- Hasebrink, U., S. Livingstone, L. Haddon en K. Ólafsson (2009). *Comparing Children's Online Opportunities and Risks across Europe: Cross-national Comparisons for eu Kids Online* (tweede druk). Londen: London School of Economics (www.eukidsonline.net).
- Hermes J. en S. Janssen (2006). De nieuwe contentmakers. In: J. de Haan en C. van 't Hof (red.), *Jaarboek ict en Samenleving 2006. De digitale generatie* (p. 159-175). Amsterdam: Boom.
- Huysmans, F. en J. de Haan (2010). *Alle kanalen staan open. De digitalisering van mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (Het culturele draagvlak 10).
- Huysmans, F., J. de Haan en A. van den Broek (2004). *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Ingen, E. van, J. de Haan en M. Duimel (2007). *Achterstand en afstand. Digitale vaardigheden van lager opgeleiden, ouderen, allochtonen en inactieven*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Iperen, W. van (2003). *Verschillen in cultuurdeelname tussen allochtone en autochtone jongeren. Een vergelijking van de culturele betrokkenheid van allochtone en autochtone jongeren op basis van het Aanvullend Voorzieningsgebruik Onderzoek 1999 en het ckv1-Volggproject*. Utrecht: Cultuurnetwerk Nederland.
- Jager, H. de (1967). *Cultuuroverdracht en concertbezoek*. Leiden: H.E. Stenfert Kroese.
- Janssen, S. en J. Hermes (2007). De digitale leefwereld. In: J. Hermes, P. Naber en A. Dieleman (red.), *Leefwerelden van jongeren* (p. 148-165). Bussum: Coutinho.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. MacArthur. Geraadpleegd 27 november 2010 via <http://newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>.
- Kennisnet (2008). *Vier in balans monitor 2008. ict verbetert onderwijskwaliteit*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Kennisnet (2010). *Vier in balans monitor 2010. ict in het onderwijs: de stand van zaken*. Zoetermeer: Kennisnet.
- Konings, F. en L. Ranshuysen (2001). Cultuur en school. Valkuilen en potenties: de stand van zaken. In: *Boekmancahier, tijdschrift voor kunst, onderzoek en beleid*, jg. 13, nr. 49, p. 409-418.
- Kuiper, E. (2007). *Wat weten we over... webwijsheid in het po en vo?* Zoetermeer: Stichting Kennisnet.
- Livingstone, S. en L. Haddon (2009). *eu Kids Online: Final report* (Ec Safer Internet plus Programme Deliverable D6.5). Londen: EU Kids Online.
- Maas, I., R. Verhoeff en H.B.G. Ganzeboom (1990). *Podiumkunsten en publiek. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar omvang en samenstelling van het publiek van de podiumkunsten*. Rijswijk: ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.
- Madden, M. en S. Fox (2006). *Riding the waves of web 2.0. More than a buzzword, but still not easily defined*. Pew Internet Project. Geraadpleegd op 4 januari 2011 via <http://pewresearch.org/pubs/71/riding-the-waves-of-web-20>.
- Meijer, J., E. van Eck en C. Felix (2008). *Leren met meer effect; rapportage van het onderzoek*. Amsterdam: s c o - Kohnstamm Instituut.
- Mumtaz, S. (2000). Factors Affecting Teachers' Use of Information and Communications Technology: a review of the literature. In: *Journal of Information Technology for Teacher Education*, jg. 9, nr. 3, p. 319-341.
- Nagel, I. (2004). *Cultuurdeelname in de levensloop* (proefschrift). Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Nagel, I., M. Daamen en F. Haanstra (2010). The arts course ckv1 and cultural participation in the Netherlands. In: *Poetics*, jg. 38, nr. 4, p. 365-385.

- Nagel, I., H. Ganzeboom en F. Haanstra (1996). *Cultuurdeelname in de levensloop: de invloed van ouders, school en buitenschoolse kunsteducatie*. Utrecht: LOK v.
- Nulens, G., M. Daems, en J. Bauwens (2005). Virtuele Cultuurparticipatie in Vlaanderen. In: J. Lievens en H. Waeye (red.), *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyses van de survey 'Cultuurparticipatie in Vlaanderen 2003-2004'* (p. 115-137). Antwerpen: de Boeck.
- ocw (1996). *Cultuur en school*. Zoetermeer: SDU.
- ocw (2002). *BeleidsbriefeCultuur*. Den Haag: ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- ocw (2007). *Cultuurbeleid in Nederland*. Den Haag: ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Oosterbaan Martinus, W. (1985) *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU.
- Plantinga, S. en F. de Heer (2009). *Succesvolle inzet ict vereist meer kennis en kunde van docent. Onderzoek onder docenten in het primair onderwijs, voortgezet onderwijs en beroepsonderwijs*. Amsterdam: TNS NIPO.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. In: *On The Horizon – The Strategic Planning Resource for Education Professionals*, jg. 9, nr. 5, p. 1-6.
- Raad voor Cultuur (2005). *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Rass, A. (1999). *Het ruikt niet naar verf. Een onderzoek naar het ict-gebruik bij de beeldende vakken op middelbare scholen*. Enschede: Stichting Leerplan Ontwikkeling.
- Rass, A. en V. van Lanschot Hubrecht (2008). Kunstvakken en de computer als creatief gereedschap. In: *Kunstzone*, jg. 7, nr. 9, p. 39-41.
- Regeerakkoord VVD-CDA (2010). *Vrijheid en verantwoordelijkheid*. Geraadpleegd 7 januari 2011 via <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2010/09/30/regeerakkoord-vvd-cda.html>
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (vijfde druk). New York: Free Press.
- Schols, M., C. van der Weert en J. de Haan (2010). Doet voorbeeld volgen? Gelijkenis in de vrijetijdsbesteding van kinderen en hun ouders. In: A. van den Broek, R. Bronneman, V. Veldheer (red.), *Wisseling van de wacht: generaties in Nederland* (p. 123-148). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Seelen, N. (2008). *E-cultuur(educatie). Een onderzoek naar het aandeel en de rol van ict in cultuureducatie in het Nederlandse voortgezet onderwijs* (scriptie). Rotterdam: Erasmus Universiteit.
- Smithuijsen, C. (2001). *Een verbazende stilte. Klassieke muziek, gedragsregels en sociale controle in de concertzaal*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Snijders, T. en R. Bosker (1999). *Multilevel analysis. An introduction to basic and advanced multilevel modeling*. Londen: Sage Publications.
- Steensel, K.M. van (2000). *Internetgeneratie; de broncode ontcijferd*. Den Haag: Stichting Maatschappij en Onderneming.
- Steyaert, J. (2000). *Digitale vaardigheden; geletterdheid in de informatiesamenleving*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Subrahmanyam, K., D. Smahel en P. Greenfield (2006). Connecting developmental constructions to the internet: identity presentation and sexual exploration in online teen chat rooms. In: *Developmental Psychology*, jg. 42, nr. 3, p. 395-406.
- Tapscott, R. (1998). *Growing up digital. The rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.
- TK (2003/2004). *Vaststelling van de begrotingsstaat van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (viii) voor het jaar 2004*. Brief van de minister en staatssecretaris van onderwijs, cultuur en wetenschap van 4 juni 2004. Tweede Kamer, vergaderjaar 2003/2004, 29200, nr. 143.

- TK (2006/2007). *Kunst van Leven. Hoofdlijnen cultuurbeleid*. Tweede kamer, vergaderjaar 2006/2007, 28989, nr. 44).
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam Books.
- Tondeur, J. (2007). *Development and validation of a model of ict integration in primary education* (proefschrift). Gent: Universiteit van Gent.
- Valkenburg, P.M., A.P. Schouten en J. Peter (2006). Jongeren en hun identiteitsexperimenten op internet. In: J. de Haan en C. van 't Hof (red.), *Jaarboek ict en samenleving 2006. De digitale generatie* (p. 47-58). Amsterdam: Boom.
- Veen, W. en B. Vrakking (2006). *Homo Zappiens. Growing up in a digital age*. London: Network Continuum Education.
- Vegt, A. L. van der, M. den Blanken en I. Jepma (2007). *Nationale scholierenmonitor. Meting voorjaar 2007*. Utrecht: Sardes (<http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2007/11/15/scholierenmonitor-2007.html>).
- Vogelaar, L. en L. Rynja (2005). *Kunst en cultuur op de schop. Over de kunst- en cultuurbeleving van tieners*. Amsterdam: Cultureel Jongeren Paspoort.
- Waal, M. de (1989). *Daar ga je toch niet heen? Een oriënterende studie over jongeren en de gevestigde kunst*. Amsterdam: Raad voor het Jeugdbeleid/Boekmanstichting.
- Walraven, A., S. Brand-Gruwel en H.P.A. Boshuizen (2008). Information problem solving: A review of problems students encounter and instructional solutions. In: *Computers in Human Behavior*, jg. 24, nr. 3, p. 623-648.
- Wel, F. van (1993). Een cultuurkloof tussen generaties? Cultuurstijlen onder jongeren en hun persoonlijke netwerk. In: *Boekman*, jg. 5, nr. 17, p. 306-327.
- Wel, F. van, N. Nellie Couwenbergh-Soeterboek, C. Couwenbergh, T. ter Bogt en Q. Raaijmakers (2006). Ethnicity, youth cultural participation, and cultural reproduction in the Netherlands. In: *Poetics*, jg. 34, nr. 1, p. 65-82.
- Wester, M. (red.) (2003). *Van jonge mensen en de dingen die gaan komen. Rapportage over de jaren 2001 en 2002 door de visitatiecommissie cultuurbereik. Actieplan Cultuurbereik 2001-2004*. Den Haag: ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

Publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau

Werkprogramma

Het Sociaal en Cultureel Planbureau stelt twee keer per jaar zijn Werkprogramma vast. De tekst van het lopende programma is te vinden op de website van het s.c.p.: www.scp.nl.

scp-publicaties

Onderstaande lijst bevat een selectie van publicaties van het Sociaal en Cultureel Planbureau. Deze publicaties zijn verkrijgbaar bij de boekhandel, of via de website van het s.c.p. Een complete lijst is te vinden op deze website: www.scp.nl.

Sociale en Culturele Rapporten

Investeren in vermogen. Sociaal en Cultureel Rapport 2006. ISBN 90-377-0285-6

Betrekkelijke betrokkenheid. Studies in sociale cohesie. Sociaal en Cultureel Rapport 2008.

ISBN 978 90 377 0368-9

scp-publicaties 2010

- 2010-1 *Liever Mark dan Mohammed? Onderzoek naar arbeidsmarktdiscriminatie van niet-westerse migranten via praktijktests* (2010). Iris Andriessen, Eline Nievers, Laila Faulk, Jaco Dagevos. ISBN 978 90 377 0421 1
- 2010-2 *Op weg met de Wmo. Evaluatie van de Wet maatschappelijke ondersteuning 2007-2009* (2010). Mirjam de Klerk, Rob Gilsing en Joost Timmermans (red.), Gijs van Houten, Anna Maria Marangos, Mathijs Tuynman, Martha Dijkgraaf, Jennifer van den Broeke, Judith van der Veer, Jelmer Shalk, Jurjen Iedema, Alice de Boer. ISBN 978 90 377 0463 1
- 2010-4 *Steeds meer verstandelijk gehandicapten? Ontwikkelingen in vraag en gebruik van zorg voor verstandelijk gehandicapten 1998-2008* (2010). Michiel Ras, Isolde Woittiez, Hetty van Kempen, Klarita Sadiraj. ISBN 978 90 377 0468 6
- 2010-5 *Een baanloos bestaan. De betekenis van werk voor werklozen, arbeidsongeschikten en werkenden* (2010). Patricia van Echtelt. ISBN 978 90 377 0350 4
- 2010-6 *The social state of the Netherlands 2009* (2010). Rob Bijl, Jeroen Boelhouwer, Evert Pommer, Peggy Schyns (red.). ISBN 978 90 377 0466 2
- 2010-7 *The minimum agreed upon. Consensual budget standards for the Netherlands* (2010). Stella Hoff, Arjan Soede, Cok Vrooman, Corinne van Gaalen, Albert Luten, Sanne Lamers. ISBN 978 90 377 0472 3
- 2010-8 *Sociale uitsluiting bij kinderen: omvang en achtergronden* (2010). Annette Roest, Anne Marike Lokhorst, Cok Vrooman. ISBN 978 90 377 0493 8
- 2010-9 *Beperkt aan het werk. Rapportage ziekteverzuim, arbeidsongeschiktheid en arbeidsparticipatie* (2010). Gerda Jehoel-Gijsbers (red.). ISBN 978 90 377 0489 1
- 2010-10 *Minder werk voor laagopgeleiden? Ontwikkelingen in baanbezit en baankwaliteit 1992-2008* (2010). Edith Josten. ISBN 978 90 377 0474 7
- 2010-11 *At home in the Netherlands* (2010). Mérove Gijsberts, Jaco Dagevos. ISBN 978 90 377 0487 7
- 2010-12 *FAQs over kunstbeoefening in de vrije tijd* (2010). Andries van den Broek. ISBN 978 90 377 0455 6

- 2010-13 *Mogelijkheden tot kunstbeoefening in de vrije tijd* (2010). Andries van den Broek (red.). ISBN 978 90 377 0456 3
- 2010-14 *Toekomstverkenning kunstbeoefening* (2010). Andries van den Broek. ISBN 978 90 377 0491 4
- 2010-15 *Steeds gewoner, nooit gewoon. Acceptatie van homoseksualiteit in Nederland* (2010). Saskia Keuzenkamp et al. ISBN 978 90 377 0501 0
- 2010-16 *Publieke dienstverlening in perspectief. SCP-memorandum voor de kabinetsformatie 2010* (2010). Evert Pommer en Evelien Eggink (red.). ISBN 978 90 377 0513 3
- 2010-17 *Wellbeing in the Netherlands. The scp life situation index since 1974* (2010). Jeroen Boelhouwer. ISBN 978 90 377 0345 0
- 2010-18 *Minderheden in de mixed-mode? Een inventarisatie van voor- en nadelen van het inzetten van verschillende dataverzamelmethode onder niet-westerse migranten* (2010). R. Feskens, J. Kappelhof, J. Dagevos, I. Stoop. ISBN 978 90 377 0517 1
- 2010-19 *Just different, that's all. Acceptance of homosexuality in the Netherlands* (2010). Saskia Keuzenkamp (ed.) et al. ISBN 978 90 377 0502 7
- 2010-20 *Discriminatiemonitor niet-westerse migranten op de arbeidsmarkt 2010* (2010). Eline Nievers en Iris Andriessen (red.). ISBN 978 90 377 0438 9
- 2010-21 *Iemand moet het doen. Ervaringen van verzorgers van partners* (2010). Judith van Male, Marion Duimel en Alice de Boer. ISBN 978 90 377 0518 8
- 2010-22 *Uit de armoede werken. Omvang en oorzaken van uitstroom uit armoede* (2010). Stella Hoff. ISBN 978 90 377 0519 5
- 2010-23 *Het werken waard. Het arbeidsaanbod van laagopgeleide vrouwen vanuit een economisch en sociologisch perspectief* (2010). Mariëlle Cloin. ISBN 978 90 377 0514 0
- 2010-24 *Zorgen voor Zorg. Ramingen van de vraag naar personeel in de verpleging en verzorging tot 2030* (2010). Evelien Eggink, Debbie Oudijk en Isolde Woittiez. ISBN 978 90 377 0512 6
- 2010-25 *Alle kanalen staan open. De digitalisering van mediagebruik* (2010). Frank Huysmans en Jos de Haan. ISBN 978 90 377 0521 8
- 2010-26 *Tijd op orde? Een analyse van de tijdsorde vanuit het perspectief van de burger* (2010). Mariëlle Cloin, Marjon Schols en Andries van den Broek, m.m.v. Maria Koutamanis. ISBN 978 90 377 0520 1
- 2010-27 *Maten voor Gemeenten 2010. Een analyse van de prestaties van de lokale overheid* (2010). Bob Kuhry, Jedid-Jah Jonker en Ab van der Torre. ISBN 978 90 377 0522 5
- 2010-28 *Naar Hollands gebruik? Verschillen in gebruik van hulp bij opvoeding, onderwijs en gezondheid tussen autochtonen en migranten* (2010). Angela van den Broek, Ellen Kleijnen en Saskia Keuzenkamp. ISBN 978 90 377 0525 6
- 2010-29 *Sport: een leven lang. Rapportage sport 2010* (2010). Annet Tiessen-Raaphorst, Desirée Verbeek, Jos de Haan en Koen Breedveld (red.). ISBN 978 90 377 0504 1
- 2010-30 *Komt tijd, komt raad? Essays over mogelijkheden voor een nieuwe tijdsorde* (2010). Andries van den Broek en Mariëlle Cloin (red.). ISBN 978 90 377 0523 2
- 2010-31 *Definitief advies over het wmo-budget huishoudelijke hulp voor 2011. Van het Sociaal en Cultureel Planbureau. Uitgebracht aan het bestuurlijk overleg financiële verhoudingen* (2010). Ab van der Torre en Evert Pommer. ISBN 978 90 377 0535 5
- 2010-32 *Wisseling van de wacht: generaties in Nederland. Sociaal en Cultureel Rapport 2010* (2010). Andries van den Broek, Ria Bronneman-Helmers en Vic Veldheer (red.). ISBN 978 90 377 0505 8
- 2010-33 *Armoedesignalement* (2010). SCP/CBS. ISBN 978 90 377 0458 7
- 2010-34 *Wie zijn de cliënten van de langdurige Awbz-thuiszorg?* Isolde Woittiez. ISBN 978 90 377 0541 6

scp-publicaties 2011

- 2011-3 *Vluchtelingengroepen in Nederland. Over de integratie van Afghaanse, Iraakse, Iraanse en Somalische migranten* (2011). Jaco Dagevos en Edith Dourleijn (red.). ISBN 978 90 377 0526 3
- 2011-4 *Emancipatiemonitor 2010* (2011). Ans Merens, Marion van den Brakel-Hofmans, Marijke Hartgers en Brigitte Hermans (red.). ISBN 978 90 377 0503 4
- 2011-5 *Moeilijk werken. Gezondheid en de arbeidsdeelname van migrantenvrouwen* (2011). Myra Keizer en Saskia Keuzenkamp. ISBN 978 90 377 0524 9
- 2011-8 *Hoe cultureel is de digitale generatie? Het internetgebruik voor culturele doeleinden onder schoolgaande tieners* (2011). Marjon Schols, Marion Duimel en Jos de Haan. ISBN 978 90 377 0457 0
- 2011-10 *Kwetsbare ouderen* (2011). Cretien van Campen (red.). ISBN 978 90 377 0542 3

SCP-essays

- 1 *Voorbeelden en nabeelden* (2005). Joep de Hart. ISBN 90-377-0248-1
- 2 *De stem des volks* (2006). Arjan van Dixhoorn. ISBN 90-377-0265-1
- 3 *De tekentafel neemt de wijk* (2006). Jeanet Kullberg. ISBN 90-377-0261-9
- 4 *Leven zonder drukte* (2006). Tjirk van der Ziel met een naschrift van Anja Steenbekkers en Carola Simon. ISBN 90-377-0262-7
- 5 *Otto Neurath en de maakbaarheid van de betere samenleving* (2007). Ferdinand Mertens. ISBN 978-90-5260-260-8

Overige publicaties

- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2009. Deel 1* (2009). Eefje Steenvoorden, Peggy Schyns en Tom van der Meer. ISBN 978 90 377 0417 4
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2009. Deel 2* (2009). Tom van der Meer, Paul Dekker en Eefje Steenvoorden. ISBN 978 90 377 0418 1
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2009. Deel 3* (2009). Eefje Steenvoorden, Tom van der Meer en Paul Dekker. ISBN 978 90 377 0447 1
- Wmo Evaluatie. Eerste tussenrapportage. De invoering van de Wmo: gemeentelijk beleid in 2007* (2008). Gijs van Houten, Mathijs Tuynman en Rob Gilsing. ISBN 978 90 377 0390 0
- Wmo Evaluatie. Tweede tussenrapportage. Ondersteuning en participatie van mensen met een lichamelijke beperking* (2009). Anna Maria Marangos, Mieke Cardol en Mirjam de Klerk. ISBN 978 90 377 0399 3
- m-v. scp-nieuwjaarsuitgave 2009* (2009). ISBN 978 90 377 0411 2
- Definitief advies over het Wmo-budget huishoudelijke hulp voor 2009* (2009). Evert Pommer, Ab van der Torre, Evelien Eggink. ISBN 978 90 377 0415 0
- TBO-eu en TBO-nl. Een vergelijking van twee methoden van tijdbestedingsonderzoek* (2009). Carlijn Kamphuis, Remko van den Dool, Andries van den Broek, Ineke Stoop, Patty Adelaar, Jos de Haan. ISBN 978 90 377 0423 5
- Kunnen alle kinderen meedoen? Onderzoek naar de maatschappelijke participatie van arme kinderen* (2009). Gerda Jehoel-Gijsbers. ISBN 978 90 377 0416 7
- Werken en weldoen. Kiezen voor betaalde en onbetaalde arbeid* (2009). Ingrid Ooms, Jedid-Jah Jonker, Ab van der Torre. ISBN 978 90 377 0403 7

- Genoeg om van te leven. Focusgroepen in discussie over de minimale kosten van levensonderhoud* (2009). Stella Hoff, Arjan Soede, Cok Vrooman, Corinne van Gaalen, Albert Luten, Sanne Lamers. ISBN 978 90 377 407 5
- Profielen van vragers naar AWBZ-GGZ* (2009). Cretien van Campen. ISBN 978 90 377 0444 0
- Sociale uitsluiting: een meetinstrument* (2009). Gerda Jehoel-Gijsbers (scP), Wendy Smits (CBS), Jeroen Boelhouwer (scP) en Harry Bierings (CBS). ISBN 978 90 377 0427 3
- Sociale samenhang in de wijk. nsv actualiteitencollege 2008* (2009). Maurice Gesthuizen en Vic Veldheer (red.). ISBN 978 90 377 0445 7
- Meten wat leeft? Achtergrondstudie bij het Continu Onderzoek Burgerperspectieven* (2009). Paul Dekker (red.). ISBN 978 90 377 0419 8
- VeVeRa-III. Ramingen verpleging en verzorging 2005-2030 modelbeschrijving* (2009). Evelien Eggink, Jedid-Jah Jonker, Klarita Sadiraj, Isolde Woittiez. ISBN 978 90 377 0356 6
- Sporten gemeten. Methodologische aspecten van het onderzoek naar sportdeelname* (2009). Koen Breedveld, Annet Tiessen-Raaphorst. ISBN 978 90 377 0358 0
- Hoe het ons verging... Traditionele nieuwjaarsuitgave van het scp* (2010). Paul Schnabel (red.). ISBN 978 90 377 0465 5
- Wmo Evaluatie. Vierde tussenrapportage. Ondersteuning en participatie van mensen met een lichamelijke beperking; twee jaar na de invoering van de Wmo* (2010). A. Marangos, M. Cardol, M. Dijkgraaf, M. de Klerk. ISBN 978 90 377 0470 9
- Op weg met de Wmo. Journalistieke samenvatting door Karolien Bais. Mirjam de Klerk, Rob Gilsing en Joost Timmermans. Samenvatting door Karolien Bais* (2010). ISBN 978 90 377 0469 3
- NL Kids online. Risico's en kansen van internetgebruik onder jongeren* (2010). Jos de Haan. ISBN 978 90 377 0430 3
- Kortdurende thuiszorg in de awbz. Een verkenning van omvang, profiel en afbakening* (2010). Maaïke den Draak. ISBN 978 90 377 0471 6
- De publieke opinie over kernenergie* (2010). Paul Dekker, Irene de Goede, Joop van der Pligt. ISBN 978 90 377 0488 4
- Op maat gemaakt? Een evaluatie van enkele responsverbeterende maatregelen onder Nederlanders van niet-westerse afkomst* (2010). J. Kappelhof. ISBN 978 90 377 0495 2
- Oudere tehuishewoners. Landelijk overzicht van de leefsituatie van ouderen in instellingen 2008-2009* (2010). Maaïke den Draak. ISBN 978 90 377 0499 0
- Kopers in de knel? Een scenariostudie naar de gevolgen van de crisis voor huiseigenaren met een hypotheek* (2010). Michiel Ras, Ingrid Ooms, Evelien Eggink. ISBN 978 90 377 0498 3
- Gewoon anders. Acceptatie van homoseksualiteit in Nederland* (2010). Saskia Keuzenkamp. ISBN 978 90 377 0502 7
- De aard, de daad en het Woord. Een halve eeuw opinie- en besluitvorming over homoseksualiteit in protestants Nederland, 1959-2009* (2010). David Bos. ISBN 978 90 377 0506 5
- Werkloosheid in goede banen. Bijdragen aan de scp-studiemiddag 2010* (2010). Patricia van Echtelt (red.). ISBN 978 90 377 0516 4
- Europa's welvaart.* (2010). Harold Creusen (CPB), Paul Dekker (SCP), Irene de Goede (SCP), Henk Kox (CPB), Peggy Schijns (SCP) en Herman Stolwijk (CPB). ISBN 978 90 377 0492 1
- Maakt de buurt verschil?* (2010). Merové Gijsberts, Miranda Vervoort, Esther Havekes en Jaco Dagevos. ISBN 978 90 377 0227 9
- Mantelzorg uit de doeken.* (2010). Debbie Oudijk, Alica de Boer, Isolde Woittiez, Joost Timmermans, Mirjam de Klerk. ISBN 978 90 377 0486 0
- Monitoring acceptance of homosexuality in the Netherlands.* (2010). Saskia Keuzenkamp. ISBN 978 90 377 0484 6

- Registers over wijken.* (2010). Matthieu Permentier en Karin Wittebrood (SCP), Marjolijn Das en Gelske van Daalen (CBS) 978 90 377 0499 0
- Data voor scenario's en ramingen van de GGZ.* (2010). Cretien van Campen. ISBN 978 90 377 0494 5
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2010. Deel 1* (2010). Paul Dekker, Josje den Ridder en Irene de Goede. ISBN 978 90 377 0490 7
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2010. Deel 2* (2010). Josje den Ridder en Paul Dekker. ISBN 978 90 377 0507 2
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2010. Deel 3* (2010). Josje den Ridder, Lonneke van Noije en Eefje Steenvoorden. ISBN 978 90 377 0508
- Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Kwartaalbericht 2010. Deel 4* (2010). Josje den Ridder, Paul Dekker en Eefje Steenvoorden. ISBN 978 90 377 0531 7