



Vrije
Universiteit
Brussel

DESMAELE Niki

Rolnummer: 84005

MASTERPROEF aan de Vrije Universiteit Brussel

Faculteit der Letteren & Wijsbegeerte, masteropleiding in de communicatiewetenschappen

Deadline: vrijdag 17 mei 2013

Onderzoek naar de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit. Case: SENSOA & allesoverseks.be

“Wat is de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit?”

The role of social networksites in informing and educating Flemish teenagers and young adults about relationships and sexuality. Case : SENSOA & allesoverseks.be

In samenwerking met



&



Promotor VUB: Prof. Dr. Jo Pierson

Academiejaar 2012-2013

Plechtige verklaring i.v.m. plagiaatregels

Ik,, verklaar plechtig dat ik de masterproef “*Onderzoek naar de betekenis van sociale media bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit. Case: SENSOA & allesoverseks.be*”, zelf heb geschreven. Ik ben op de hoogte van de regels i.v.m. plagiaat en heb erop toegezien om deze toe te passen in deze masterproef.

Datum:

Naam student + handtekening:

Aantal woorden van deze masterproef (exclusief bibliografie): 33.800 woorden.

Abstract

Deze masterproef onderzoekt de betekenis van sociale netwerksites (SNSs) bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit. De literatuurstudie gaat in op de aard van SNSs en in het bijzonder van Facebook en Twitter. Ook wordt de educatieve en informatieve rol van SNSs behandeld en er wordt bestudeerd welke rol SNSs spelen in relationele en seksuele vorming (RSV).

Als case voor de empirische studie staan de facebook-en twitterpagina van de jongerenwebsite van SENSOA, allesoverseks.be centraal. Voor dit kwalitatieve onderzoek werden zes focusgroepen gehouden met tieners en jongvolwassenen. Er werd gepeild naar de perceptie van de jongeren over de website allesoverseks.be en de twitter- en facebookpagina van de organisatie.

Dit onderzoek concludeert dat SNSs eerder op een indirecte manier bijdragen tot de RSV van jongeren. Ze kunnen beter als middel dan als doel worden ingezet door organisaties die instaan voor RSV. Traditionele informatiekkanalen zoals scholen, opvoeders, en ouders, maar ook informatieve websites blijven nog steeds de belangrijkste informatiebronnen voor de RSV van jongeren, dit omwille de gevoeligheid van het onderwerp.

Samenvatting masterproef

“Onderzoek naar de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit. Case: SENSOA & allesoverseks.be”

Dit onderzoek stelt dat er duidelijk nood is om meer aandacht te schenken aan de relationele en seksuele vorming (RSV) van jongeren. RSV in Vlaanderen gebeurt via verschillende wegen en communicatiekanalen: via de ouders, via vrienden, via het onderwijs, via sensibiliseringscampagnes, maar ook steeds meer via digitale weg. Steeds vaker worden online sites en sociale media ingezet om een breder publiek te bereiken. Een belangrijk onderdeel van sociale media zijn de sociale netwerksites (SNSs). Deze hebben op korte tijd een prominente rol ingenomen in het dagelijks leven van jongeren. Vandaar dat vele jongerenorganisaties actief zijn op SNSs. Toch is de betekenis van SNSs voor RSV een onderbelicht gegeven in de academische literatuur. In deze masterproef wordt dan ook onderzocht wat de betekenis is van SNSs bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit.

Om deze vraag te beantwoorden worden drie bijvragen gesteld en beantwoord. Ten eerste: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van het informeren van jongeren over seks en relaties via sociale netwerksites?’* Ten tweede: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van de sociale netwerksites die ingezet worden voor de organisatie Allesoverseks?’* Ten derde: *‘Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?’*

De literatuurstudie bevat drie hoofdstukken. In hoofdstuk 1 wordt kort ingegaan op de betekenis en de aard van SNSs en in het bijzonder van Facebook en Twitter. Hoofdstuk 2 handelt over de educatieve en informatieve rol van SNSs. Het academisch onderzoek hieromtrent wordt besproken, alsook de voordelen en aandachtspunten van SNSs voor educatieve doeleinden. Hierbij wordt hoofdzakelijk aandacht besteed aan ‘s werelds populairste en meest wetenschappelijk onderzochte SNS, namelijk Facebook. Hoofdstuk 3 gaat na welke rol SNSs spelen in RSV. Omdat de academische literatuur omtrent dit onderwerp beperkt is, wordt ook onderzocht wat het internet betekent voor RSV. Hierdoor kan het relatieve belang van het internet en bijgevolg SNSs ingeschat worden.

In het empirische luik staat de jongerenwebsite van SENSOA, allesoverseks.be centraal. Allesoverseks informeert tieners en jongvolwassenen over seksualiteit en relaties, voornamelijk via haar website allesoverseks.be. Met meer dan 1 miljoen bezoekers in 2011 is dit de meest bezochte website in Vlaanderen voor het verkrijgen van informatie over seks en relaties. Bovendien is deze organisatie ook aanwezig op de SNSs Facebook en Twitter.

Voor het onderzoek werd een kwalitatieve onderzoeksmethodiek gehanteerd. Hiervoor werden zes focusgroepen gehouden met Vlaamse jongeren: drie met tieners (van 15 en 19 jaar) en drie met

jongvolwassenen (van 20 tot 25 jaar). Via een drop-off werden de jongeren bevestigd over de frequentie van hun facebook- en twittergebruik, maar ook over hun gebruik van andere SNSs. Tijdens het onderzoek werd gepeild naar de perceptie van de jongeren over de website allesoverseks.be en de twitter- en facebookpagina ervan.

In deze masterproef worden eveneens enkele beleidsaanbevelingen gedaan waardoor organisaties die instaan voor RSV hun aanwezigheid op SNSs kunnen optimaliseren. Tot slot wordt een antwoord geboden op de onderzoeksvraag die aan de orde is en worden daarbij enkele conclusies getrokken:

Ten eerste gaat de vorming over relaties en seksualiteit voorbij aan de hoofdactiviteit op SNSs. Zowel de literatuurstudie, als het empirisch onderzoek tonen aan dat SNSs, en Facebook vooral, hoofdzakelijk gebruikt worden voor sociale doeleinden. De ondervraagde jongeren zien SNSs in de eerste plaats als een communicatiemiddel om in contact te blijven met vrienden, kennissen en familie.

Ten tweede worden online bronnen weinig geraadpleegd voor het opzoeken van informatie omtrent seksualiteit. Informatie over seks en relaties wordt eerder vergaard in de offline wereld. De literatuurstudie en het empirisch onderzoek brengen aan het licht dat vrienden en ouders de belangrijkste informatiebronnen zijn voor jongeren voor wat betreft thema's als seksualiteit. Ook de Vlaamse scholen zijn een belangrijke bron hiervoor. Bovendien staan jongeren kritisch tegenover de kwaliteit van de informatie over seks die te vinden is op het web. Indien zij wel op het internet surfen voor het zoeken van dergelijke informatie, opteren zij voor het gebruik van klassieke websites. Deze zijn namelijk meer anoniem en houden meer rekening met de privacy van de gebruiker.

Ten derde is seksualiteit een intiem onderwerp waarmee jongeren zich niet willen associëren op SNSs. Dit verklaart waarom zeer weinig jongeren organisaties, die instaan voor RSV, volgen op SNSs.

Deze masterproef stelt echter niet dat SNSs geen enkele rol kunnen spelen voor de RSV van jongeren. SNSs dragen eerder op een indirecte manier bij tot RSV en kunnen daarom beter als middel dan als doel worden ingezet. Traditionele informatiekanaalen zoals scholen, opvoeders, en ouders, maar ook informatieve websites blijven nog steeds de belangrijkste informatiebronnen voor de RSV van jongeren, dit omwille de gevoeligheid van het onderwerp.

Dankwoord

Professor Dr. J. Pierson, ik wil u bedanken voor de opvolging van mijn werk. Ik dank u om bij u als studente terecht te kunnen.

Kim Peeters en Lies Verhetsel van SENSOA en allesoverseks.be, ik wil jullie bedanken voor de unieke kans die ik van jullie heb gekregen om voor allesoverseks.be een masterproef te mogen schrijven. Eveneens ben ik jullie dankbaar voor de begeleiding, motivatie en nuttige tips.

Inhoudstabel

A. Inleiding

DEEL I: Het theoretisch perspectief

B. Literatuurstudie

C. Conclusie literatuur

DEEL II: Het empirisch onderzoek

D. SENSOA & allesoverseks.be: toelichting

E. Onderzoeksmethodiek

F. Analyse drop-off en analyse focusgroepen

G. Besluit en terugkoppeling literatuur

H. Beleidsaanbevelingen

I. Algemene conclusie

J. Bibliografielijst

K. Lijst bijlagen

A. Inleiding

Slechts de helft van de Vlaamse jongeren tussen 15 en 24 jaar gebruikte een condoom bij de eerste keer seks. 1 op 20 meisjes tussen 15 en 24 jaar zou besmet zijn met de seksueel overdraagbare aandoening Chlamydia. Sub-Saharaanse homoseksuele jongeren lopen beduidend meer risico op HIV-besmetting. Dit zijn enkele verontrustende onthullingen uit het jaarverslag van 2011 van SENSOA, het Vlaams expertisecentrum voor seksuele gezondheid. Er is dus duidelijk een grote noodzaak om meer aandacht te schenken aan relationele en seksuele vorming (RSV) bij jongeren.¹

RSV gebeurt via verschillende wegen en communicatiekanalen: via de ouders, via vrienden, via het onderwijs, via sensibiliseringscampagnes maar ook steeds meer via digitale weg.² Steeds vaker worden online sites en sociale media ingezet om een breder publiek te bereiken. Een belangrijk onderdeel van sociale media zijn de sociale netwerksites (SNSs). Deze hebben op korte tijd een prominente rol ingenomen in het dagelijks leven van jongeren. Vandaar dat vele jongerenorganisaties actief zijn op SNSs. Toch is de betekenis van SNSs in het informeren en vormen van jongeren omtrent relaties en seksualiteit een onderbelicht gegeven in de academische literatuur. Deze masterproef zal deze blinde vlek dan ook onderzoeken.

De hoofdvraag van deze masterproef luidt namelijk: *‘Wat is de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit?’* Om deze hoofdvraag te beantwoorden worden 3 bijvragen gesteld. De eerste vraag die we beantwoord willen zien is de volgende: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van het informeren van jongeren over seks en relaties via sociale netwerksites?’* Deze vraag zal grotendeels beantwoord worden via de literatuurstudie. De tweede bijvraag, die hoofdzakelijk in het empirisch deel beantwoord zal worden, luidt: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van de sociale netwerksites die ingezet worden voor de organisatie Allesoverseks?’* In het empirisch onderdeel van deze masterproef focussen we namelijk op de case van de jongerenwebsite van SENSOA, namelijk allesoverseks.be. De derde en laatste bijvraag is: *‘Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?’* Deze laatste vraag beantwoorden we door beleidsaanbevelingen te doen voor desbetreffende organisaties. Ook worden beleidsaanbevelingen gedaan die specifiek gericht zijn naar de organisatie Allesoverseks.

De onderzoeksdoelgroep van deze masterproef zijn (Vlaamse) jongeren. Jongeren zijn namelijk de belangrijkste doelgroep voor RSV.³ Volgens SENSOA zijn jongeren tussen 15 tot 25 jaar de groep

¹ CRUYSSAERT (B.) voor SENSOA. *Jaarrapport 2011 Sensoa*. Lambrechts en Sensoa VZW, 2011, p. 5.

² SENSOA <http://www.sensoa.be/actieterreinen> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

³ SENSOA <http://www.sensoa.be/service/sensoa-websites> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

waarbij RSV het nuttigst is.⁴ De jongerenwebsite allesoverseks.be maakt wel een duidelijk onderscheid tussen tieners (van 15 tot 19 jaar) en jongvolwassenen (van 20 tot 25 jaar). Dit omdat beide groepen jongeren in een andere seksuele ontwikkelingsfase zitten en zij in principe vanuit een ander oogpunt moeten worden benaderd.⁵

In dit onderzoek wil ik me hoofdzakelijk focussen op de SNSs Facebook en Twitter. Dit zijn de tweede meest gebruikte SNSs wereldwijd.⁶ Bovendien is de website allesoverseks.be vooral op deze twee actief.

Deze masterproef bestaat uit twee delen: een literatuurstudie en een empirisch onderzoek.

De literatuurstudie bevat drie hoofdstukken. In hoofdstuk 1 wordt kort ingegaan op de betekenis en de aard van SNSs en in het bijzonder Facebook en Twitter. Hoofdstuk 2 handelt over de educatieve en informatieve rol van SNSs. Het gaat na welk academisch onderzoek hieromtrent verricht is en haalt de voordelen en aandachtspunten van SNSs voor educatieve doeleinden aan. Er wordt hoofdzakelijk aandacht besteed aan 's werelds populairste en ook meest wetenschappelijk onderzochte SNS, namelijk Facebook.⁷ Tenslotte gaat hoofdstuk 3 na welke rol SNSs kunnen spelen in RSV. Aangezien de academische literatuur hieromtrent als beperkt kan omschreven worden, zullen we onze conclusies op een indirecte wijze moeten maken. Daarom zal dit hoofdstuk worden ingegaan op de rol van het internet voor RSV. Omdat SNSs opereren via het internet kunnen we op een indirecte wijze een beeld krijgen van de betekenis van SNSs voor RSV. We vatten dit hoofdstuk aan door na te gaan welke informatiebronnen jongeren hanteren bij het raadplegen van informatie omtrent relaties en seksualiteit. Hierdoor kan het relatieve belang van het internet en bijgevolg SNSs ingeschat worden. Nadien wordt de betekenis van het internet in RSV bestudeerd en wordt de rol van de SNSs in RSV onderzocht.

Tenslotte volgt de conclusie van de literatuurstudie waarin de vraag *'Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van het informeren van jongeren over seks en relaties via sociale netwerksites?'* beantwoord wordt.

Het tweede luik omvat het empirisch onderzoek. Hier wordt als case de jongerenwebsite van SENSOA, allesoverseks.be bestudeerd. Allesoverseks informeert tieners en jongvolwassenen over seksualiteit en relaties, voornamelijk via haar website allesoverseks.be. Met meer dan 1 miljoen

⁴ SENSOA <http://www.sensoa.be/over-sensoa/actieterreinen> Datum van raadpleging: 30 maart 2013.

⁵ SENSOA *Allesoverseks.be – Een samenvatting van 2012 op basis van het rapport van Artevelde*. Antwerpen, SENSOA, 2012, p. 2.

⁶ E-BUSINESS <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> Datum van raadpleging: 17 april 2013.

⁷ GUMMADI (K.P.), KRISHNAMURTHY (B.), LIU (Y.) & MISLOVE (A.) Analyzing Facebook Privacy Settings : Expectations vs. Reality. In: *IMC*, 2011, p. 2.

bezoekers in 2011 is dit de meest bezochte website in Vlaanderen voor het verkrijgen van informatie over seks en relaties.⁸ Bovendien is deze organisatie ook aanwezig op de SNSs Facebook en Twitter.

Er werd een kwalitatieve onderzoeksmethode gebruikt. Hiervoor werden zes focusgroepen gehouden met Vlaamse jongeren. Conform de RSV-aanpak van Allesoverseks vallen deze focusgroepen uiteen in drie groepsgesprekken met tieners (van 15 en 19 jaar) en drie groepsgesprekken met jongvolwassenen (van 20 tot 25 jaar). Het gemiddelde aantal van de focusgroepen bedroeg acht participanten. Via een drop-off, die eveneens zal worden geanalyseerd, werden de jongeren eerst bevraagd over de frequentie van hun facebook- en twittergebruik, maar ook over hun gebruik van andere SNSs. Tijdens het onderzoek werd gepeild naar de perceptie van de jongeren over de website allesoverseks.be en haar twitter- en facebookpagina.

Hierna volgt een besluit waarin de onderzoeksresultaten worden samengevat en vergeleken met de behandelde literatuur in het eerste deel van de masterproef. In dit deel zullen we antwoorden op de vraag *'Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van de sociale netwerksites die ingezet worden voor de organisatie Allesoverseks?'*.

In deze masterproef zullen we beleidsaanbevelingen doen waardoor verschillende organisaties die instaan voor RSV en meer specifiek de organisatie allesoverseks.be hun aanwezigheid op SNSs kunnen optimaliseren. Hiermee beantwoorden we de derde bijvraag: *'Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?'*

Tot slot beantwoordt een algemeen besluit de hoofdvraag: *'Wat is de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit?'*.

⁸ CRUYSSAERT (B.) voor SENSOA *Jaarrapport 2011 Sensoa*. Lambrechts en Sensoa VZW, 2011, p. 6.

DEEL I: Het theoretisch perspectief

Met behulp van wetenschappelijke literatuur probeer ik te weten te komen wat de betekenis is van sociale netwerksites voor informatieverstrekking rond seks en relaties naar jongeren toe.

B. Literatuurstudie

1. SNSs, Facebook en Twitter

Het succes van sociale media groeit op exponentiële wijze. Miljoenen gebruikers over de hele wereld delen via sociale media inhoud met elkaar op een manier dat we ons enkele jaren geleden niet konden voorstellen.⁹ Onder sociale media kunnen verschillende technologieën en begrippen worden verstaan. Online bloggen, websites zoals YouTube en sociale netwerksites zijn online communicatieplatformen die tot de sociale media behoren. Volgens bepaalde auteurs vallen deze verschillende online media eveneens onder de term ‘web 2.0’.¹⁰ Andere media en technologieën zoals laptops, computers en smartphones, draadloos internet en zelfs muziek en gaming kunnen tegenwoordig niet worden losgekoppeld van het begrip ‘sociale media’.¹¹

Eén van de meest gebruikte sociale media zijn de online sociale netwerksites.¹² Zowel de literatuurstudie als het empirisch onderzoek van deze masterproef zullen zich toespitsen op deze laatste. We willen namelijk te weten komen wat deze betekenen voor allesoverseks.be en het informeren van jongeren. Vooral de SNS Facebook is populair en wordt vandaag het vaakst gebruikt wereldwijd.¹³ Ook zullen we dieper ingaan op de SNS Twitter, vandaag de tweede populairste sociale netwerksite ter wereld.¹⁴ Bovendien is allesoverseks.be vooral actief op deze twee SNSs.

In het volgende gedeelte van deze literatuurstudie kunnen we lezen dat sociale media als grootste eigenschap hebben dat gebruikers ervan kunnen netwerken met elkaar. Met andere woorden is sociaal zijn op sociale media een gegeven.¹⁵

⁹ ASUR (S.), HUBERMAN (B.A.), SZABO (G.) & WANG (C.) *Trends in Social Media: Persistence and Decay*. California Stanford University, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2011, p. 1.

¹⁰ BEER (D.) & BURROWS (R.) *Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations*. In: *Sociological Research online*, 2007, vol. 12, pp. 17.

¹¹ LENHART (A.), PURCELL (K.), SMITH (A.), ZICKUHR (K.) *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Washington, Pew Research Center, 2010, pp. 51.

¹² E-BUSINESS <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> Datum van raadpleging: 17 april 2013.

¹³ IBIDEM.

¹⁴ IBIDEM.

¹⁵ ACQUISTI (A.) & GROSS (R.) *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on Facebook*. Privacy Enhancing Technologies Workshop, 2006, p. 37.

*Sociale netwerksites (SNSs).*¹⁶

De term ‘sociaal netwerk’ heeft betrekking op het geheel van relaties tussen individuen binnen een bepaalde groep. Het wordt opgebouwd en onderhouden omdat mensen zich verbonden voelen door uitingen van solidariteit. Deze kunnen zich vertalen in gemeenschappelijke doelen, waarden, handelingen of andere zaken waardoor er een bepaalde vertrouwensband en verbondenheid ontstaat. Mensen van alle culturen en van alle tijden vormen complexe sociale netwerken. Een sociaal netwerk kan een groep vrienden zijn die in dezelfde stad woont of een groep klasgenoten die zowel binnen als buiten de school met elkaar in contact staat. Het kan ook gaan om groepen die speciaal gevormd worden om een eerder ongestructureerde set van taken te volbrengen.¹⁷

Een speciale vorm van sociale netwerken zijn online sociale netwerken of sociale netwerksites (SNSs). Acquisti en Gross maakten in 2006 een definitie van wat deze nu werkelijk voorstellen. Aan de basis van een SNS ligt een internet *community* waar individuen met elkaar kunnen in interactie treden door middel van hun profielen die ze er hebben aangemaakt. Deze profielen representeren de publieke persoon die ze in wezen zijn naar anderen toe.¹⁸

Boyd (2007) en Ellison (2008) bouwen hierop voort met een soortgelijke definitie. Zij definiëren online sociale netwerken als internetdiensten die individuen de kans bieden om (1) een publiek of semi-publiek profiel aan te maken; (2) connecties aan te gaan met andere gebruikers of ‘vrienden’ en (3) de mogelijkheid om in interactie te treden met deze connecties, maar ook connecties van connecties.¹⁹

Boyd en Ellison maken echter onderscheid tussen de termen ‘sociale netwerksites’ en ‘sociale netwerkinsites’. Zij verkiezen het gebruik van de eerste aangezien zij ervan overtuigd zijn dat de term ‘netwerking’ enkel het aangaan van relaties tussen vreemden veronderstelt. Terwijl profielen op sociale netwerksites voornamelijk communiceren met mensen die al deel uitmaken van hun bestaand netwerk en waarmee gebruikers dus al bevriend zijn. Op sociale netwerksites hoeft men dus niet noodzakelijk aan netwerking te doen.²⁰

Beer (2008) en Burrows (2007) vinden de definitie die Boyd en Ellison geven aan sociale netwerksites nogal breed. Terwijl de term ‘sociale netwerkinsites’ nog een duidelijke inhoudelijke afbakening

¹⁶ Hoofdstuk gebaseerd op: DESMAELE (N.) *Wat zijn de factoren die bijdragen tot het nemen van privacymaatregelen op sociale netwerksites*. Ongepubliceerde Bachelorpaper Communicatiewetenschappen, VUB, 2012, p. 5-6.

¹⁷ APPADURAI (A.), BERNETT (S.) & CLEMONS (E.K.). The Future of Advertising and the Value of Social Network Websites : Some Preliminary Examinations. In: *ICEC '07: Proceedings of the ninth international conference on Electronic commerce*, ACM, 2007, p. 267.

¹⁸ ACQUISTI (A.) & GROSS (R.) *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on Facebook*. Privacy Enhancing Technologies Workshop, 2006, p. 37.

¹⁹ BOYD (D.) Social Network Sites: Public, Private, or what? In : *Knowledge Tree*, 2007, p. 2; BOYD (D.M.) & ELISSON (N.B.) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: *Journal of computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 2.

²⁰ BOYD (D.M.) & ELISSON (N.B.) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: *Journal of computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 211.

hanteert, mag de term ‘sociale netwerksites’, volgens de auteurs, niet als concreet concept worden gebruikt. Onder ‘sociale netwerksites’ worden vaak totaal verschillende websites geclassificeerd, en dat onder één en dezelfde noemer. Beer stelt daarom voor om een meer gedifferentieerde classificatie te erkennen voor de verschillende vormen van online culturen. Dat is nodig, zegt hij, want het aantal nieuwe websites die onder de definitie van Boyd en Ellison kunnen vallen wordt alsmaar groter.²¹ Beer en Burrows (2007) pleiten voor een toepasselijkere term, namelijk ‘Web 2.0’. Hieronder kunnen meer verschillende categorieën van websites worden gegroepeerd. Deze term is veel meer bestendig tegen de vele veranderingen die online sociale media doormaken en tegen de culturele digitalisering die nooit constant is.²²

Wel zijn interacties tussen profielen een centraal gegeven bij SNSs. Deze worden ook wel ‘vriendschapsrelaties’ genoemd. Ze verschillen echter van de soort vriendschapsrelaties in traditionele sociale netwerken, beweren Boyd en Ellison. De relaties op SNSs kunnen namelijk worden opgebouwd en onderhouden zonder dat de personen fysiek met elkaar in contact moeten komen.²³ Face-to-face communicatie is niet nodig.²⁴ Daarom noemt Boyd de vriendschapsrelaties op SNSs het imaginaire publiek van de gebruiker, omdat ze niet kunnen vergeleken worden met de vrienden die we hebben in het dagelijkse leven.²⁵

Ook met deze stelling gaat Beer niet akkoord. Het onderscheid dat Boyd en Ellison maken tussen het leven op SNSs (online) en het ‘alledaagse’ leven (offline) vindt Beer te kortzichtig en niet duidelijk genoeg omschreven. Beer stelt dat we vriendschap op SNSs niet als volledig anders en losgekoppeld kunnen zien van vriendschapsrelaties in het echte leven. Zo groeien tieners tegenwoordig op in een wereld waarin SNSs deel uitmaken van het dagelijkse leven. Wat voor hen vriendschapsrelaties betekenen moet dus veel diepgaander worden onderzocht en mag niet worden onderschat wanneer het over online relaties gaat.²⁶ Het beste voorbeeld daarvan is dat jongeren elkaar in sommige gevallen leren kennen online en pas later vrienden worden in het ‘echte’ leven. Online sociale netwerken zijn zo populair geworden dat we ze nog moeilijk kunnen onderscheiden van de offline samenleving.²⁷

²¹ BEER (D.) Social network(ing) sites... Revisiting the story sofar: A response to Danah Boyd & Nicole Ellison. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 519.; BEER (D.) & BURROWS (R.) Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. In: *Sociological Research online*, 2007, vol. 12, pp. 17.

²² BEER (D.) & BURROWS (R.) Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. In: *Sociological Research online*, 2007, vol. 12, pp. 17.

²³ BOYD (D.M.) & ELISSON (N.B.) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: *Journal of computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 211.

²⁴ APPADURAI (A.), BERNETT (S.) & CLEMONS (E.K.) The Future of Advertising and the Value of Social Network Websites : Some Preliminary Examinations. In: *ICEC '07: Proceedings of the ninth international conference on Electronic commerce*, ACM, 2007, p. 268.; CURRAN (K.), GRAHAM (S.) & TEMPLE (C.) Advertising on Facebook. In: *International Journal of E-Business Development (IJED)*, 2011, vol. 1, nr. 1, p. 27.

²⁵ BOYD (D.) Social Network Sites: Public, Private, or what? In: *Knowledge Tree*, 2007, p. 2.

²⁶ BEER (D.) Social network(ing) sites... Revisiting the story sofar: A response to Danah Boyd & Nicole Ellison. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 520.

²⁷ IDEM, p. 521.

Online sociale netwerken en traditionele sociale netwerken kunnen elkaar beïnvloeden, ten goede of ten slechte. Bepaalde studies wijzen er namelijk op dat SNSs traditionele netwerken afbreken. Ten eerste zijn de vriendschappen op SNSs anders en minder hecht dan bij traditionele sociale netwerken. Dat komt omdat daar face-to-face communicatie niet meer nodig is. Zo zouden SNSs ervoor zorgen dat gebruikers zich meer en meer isoleren ten koste van bepaalde andere sociale vaardigheden. Met die reden zouden tieners zich zo meer afsluiten van de buitenwereld.²⁸ Daartegenover staat een visie die zegt dat SNSs de bestaande sociale relaties juist versterken. Empirisch onderzoek van Ellison, Steinfield en Lampe (2007) bij universiteitsstudenten kwam tot deze conclusie.²⁹ Ook het Pew Internet & American Life Project uit 2011 constateerde dit en berekende dat facebookgebruikers tot 9 procent sterkere offline sociale netwerken hadden ontwikkeld en dat deze netwerken meer divers waren.³⁰ Bekende voorbeelden van SNSs zijn Facebook, Twitter, MySpace, YouTube, LinkedIn en Netlog.

Onderzoek toont aan dat het gebruik van SNSs de laatste jaren is gestegen. Meer dan ooit zijn ze in ons dagelijkse leven aanwezig. Bovendien is het gebruik ervan vooral bij jongeren en adolescenten ingeburgerd en populair. Een Amerikaans onderzoek van 2010 dat polste naar het gebruik van sociale media en mobiel internet bij Amerikaanse tieners en jongvolwassenen toonde aan dat het gebruik van SNSs sinds 2008 in twee jaar tijd met bijna 10% was gestegen. Het gebruik ervan was met maar liefst 82% gestegen bij 14- tot 17-jarigen en met 72% bij (jong)volwassenen tussen 18 en 29 jaar. Deze groepen zijn bovendien actiever op SNSs dan internetgebruikers van 30 jaar en ouder. In 2010 was slechts 47% van hen actief op SNSs.³¹

Wegens de relevantie van de SNSs Facebook en Twitter voor mijn empirisch onderzoek, zullen deze verder worden besproken in deze literatuurstudie. Momenteel is Facebook de populairste. Met een geschatte 750 miljoen bezoekers per maand wereldwijd (cijfers van 15 april 2013) doet Facebook het beter dan alle andere SNSs.³² In België hebben momenteel ongeveer 5 miljoen inwoners een facebookaccount, wat overeenkomt met 48% van de bevolking of 62% van de internetgebruikers.³³ Hierbij doet België het beter dan het Europees gemiddelde, waarbij slechts 30% van de Europese bevolking een facebookaccount heeft.³⁴ De SNS Twitter volgt met een geschatte 250 miljoen

²⁸ GREENE (R.L.) Facebook: Like? <http://moreintelligentlife.com/content/ideas/robert-lane-greene/facebook?page=full>. Datum van raadpleging: 24 juni 2012.

²⁹ ELLISON (N.B.), LAMPE (C.) & STEINFELD (C.) The Benefits of Facebook «friends»: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, p. 1163.

³⁰ PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT *Social networking sites and our lives. How people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other Technologies*. Washington, 2011, p. 4.

³¹ PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT Social media & Mobile internet use among Teens and Young adults. http://web.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2010/PIP_Social_Media_and_Young_Adults_Report_Final_with_toplevels.pdf Datum van raadpleging: 20 december 2012, p. 3.

³² E-BUSINESS <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> Datum van raadpleging: 17 april 2013.

³³ SOCIAL BAKERS <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/belgium> Datum van raadpleging: 20 april 2013.

³⁴ SOCIAL BAKERS <http://www.socialbakers.com/countries/continents> Datum van raadpleging: 20 april 2013.

bezoekers per maand wereldwijd. De derde plaats wordt ingenomen door LinkedIn met een geschat aantal bezoekers per maand van 110 miljoen wereldwijd.³⁵

Facebook

De SNS Facebook zag het levenslicht in 2004, toen nog als ‘The Facebook’. Aanvankelijk was Facebook bestemd voor studenten aan de Harvard University in de VS, maar in 2006 werd het gebruik opengesteld voor het wereldwijde publiek, die toegang had tot het World Wide Web.³⁶ Net zoals bij andere SNSs kan je er een profiel aanmaken. Hierdoor kunnen leden statusupdates, foto’s, video’s en persoonlijke informatie met elkaar delen en toetreden tot groepen van vrienden, bedrijven en andere entiteiten.

Facebook kan gezien worden als de meest populaire en gebruikte SNS bij tieners en adolescenten.³⁷ Dat bevestigt zowel onderzoek uit Amerika³⁸, Turkije³⁹ en Vlaanderen⁴⁰. Uit dit laatste onderzoek naar het SNS-gebruik bij Vlaamse jongeren in 2012 blijkt dat Facebook de meest gebruikte SNS is (zie grafiek 1 hieronder). Bovendien wordt een facebookprofiel gemiddeld frequent gebruikt: 81% van de Vlaamse jongeren met een facebookprofiel logt minstens één keer per dag in op de website.⁴¹

³⁵ E-BUSINESS <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> Datum van raadpleging: 17 april 2013.

³⁶ FACBOOK <https://www.facebook.com/facebook/info> Datum van raadpleging: 15 maart 2013.

³⁷ BOYD (D.M.) & ELISSON (N.B.) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: *Journal of computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, p. 213; HEW (K.F.) Students’ and teachers’ use of Facebook. In: *Computers in Human Behaviour*, 2011, vol. 27, p. 663.

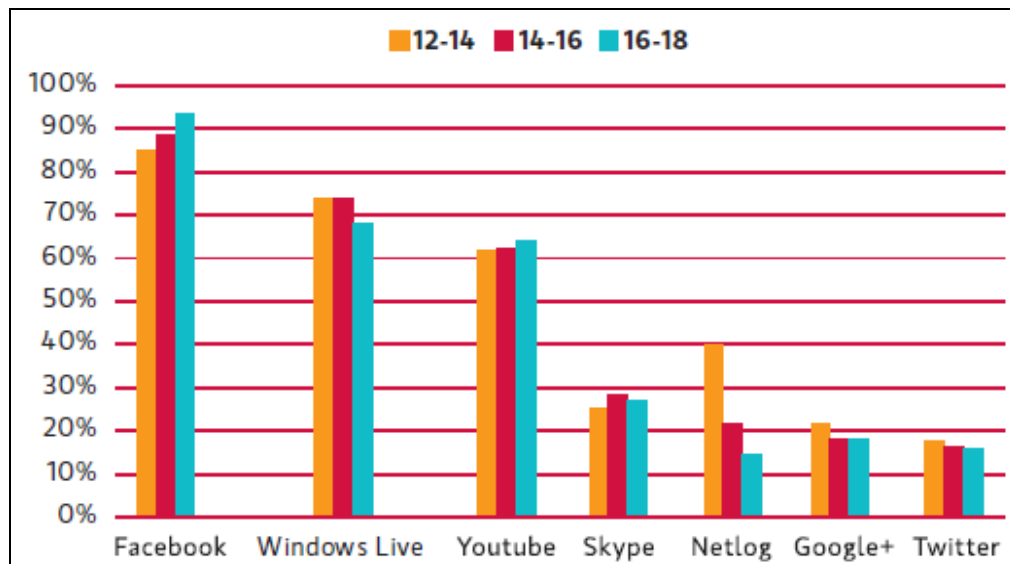
³⁸ LENHART (A.), PURCELL (K.), SMITH (A.), ZICKUHR (K.) *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Washington, Pew Research Center, 2010, p. 3.

³⁹ MAZMAN (G.) & USLUEL (Y.K.) Gender differences in using social networks. In: *Turkish Online Journal of Education Technology*, 2011, vol. 10, nr. 2, p. 133.

⁴⁰ APESTAARTJAREN 4 *Onderzoeksrapport*.

http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport_apestaartjaren_4.pdf Datum van raadpleging: 19 december 2012, p. 24.

⁴¹ IBIDEM.



Grafiek 1: Accounts voor SNSs per leeftijd.⁴²

In tegenstelling tot andere web2.0-sites, waarop jongeren vooral online content consumeren (zoals op YouTube), gebruiken Vlaamse jongeren Facebook vooral om te communiceren met andere gebruikers. Minstens wekelijks stuurt 47% een privébericht en gebruikt 61% van hen de chatfunctie.⁴³ Er is geen genderverschil in België in het gebruik van Facebook waar te nemen.⁴⁴

Het succes van SNSs in het algemeen evolueert met de tijd. Zo blijkt uit de onderzoeksrapporten van Apestaartjaren uit 2010 en 2012 dat het gebruik van Netlog vandaag achterhaald is bij Vlaamse jongeren. In 2010 was Netlog nog de tweede populaire website bij de Vlaamse jongeren, na YouTube (op één), en Facebook (op drie). In 2012 moet Netlog genoegen nemen met een vierde plaats, achter Facebook (op één), Windows Live (op twee) en YouTube (op drie).⁴⁵

Twitter

Er zijn auteurs die zich vragen stellen bij het karakter van de website Twitter. Zij vragen zich af of Twitter een SNS is of eerder als een nieuwsmedium moet worden beschouwd. Toch kan er verondersteld worden dat Twitter een SNS is, opgericht in 2006. Kwak, Lee, Park en Moon ondervonden namelijk in 2010 dat Twitter een sociale eigenschap vertoont door het feit dat de

⁴² IDEM, p. 37.

⁴³ IDEM, p. 24.

⁴⁴ SOCIAL BAKERS <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/belgium> Datum van raadpleging: 20 april 2013.

⁴⁵ APESTAARTJAREN 3 *Onderzoeksrapport*.

http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3_onderzoek_digitaal.pdf Datum van raadpleging: 19 december 2012, p. 44.; APESTAARTJAREN 4 *Onderzoeksrapport*.

http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport_apestaartjaren_4.pdf Datum van raadpleging: 19 december 2012, p. 23 & 27.

gebruikers ervan informatie of ‘tweets’ met elkaar uitwisselen. Dit fenomeen wordt ‘retweeten’ genoemd en bepaald het sociaal karakter van deze website.⁴⁶

In tegenstelling tot Facebook kan je op Twitter geen afbeeldingen of filmpjes plaatsen. Wel kan je er informatie-updates of tweets posten van maximum 140 karakters.⁴⁷ Twitter heeft een aantal specifieke eigenschappen die anders zijn dan die van concurrerende SNSs:

Ten eerste zijn er de ‘volgers’. In tegenstelling tot Facebook kan op Twitter iedereen alle andere gebruikers volgen. Heel wat twittergebruikers worden gevolgd omdat ze in de eerste plaats al bekend zijn, zoals politici, artiesten etc. Anderen worden gevolgd doordat zij interessante ‘tweets’ op de SNS plaatsen.⁴⁸

Ten tweede is er de ‘hashtag’ of het hekje (#). Door een hekje vóór bepaalde kernwoorden in de tweet te plaatsen kunnen deze tweets door andere twittergebruikers worden opgezocht. Ook verschijnt de tweetupdate dan tussen de andere updates met daarin hetzelfde kernwoord. Zo kunnen gebruikers alle berichten die op de website werden getweet over een welbepaald onderwerp gemakkelijk terugvinden. Niet alleen woorden, maar echte zoektermen worden zo gevormd. Twitter groepeert zelf de nieuwste zoektermen of ‘trending topics’.⁴⁹

Ten derde zijn er de ‘vermeldingen’. Dit is een manier om op de inhoud van andere twittergebruikers te reageren. Door het @-symbool voor iemands twitternaam te plaatsen kan men in een eigen tweet naar een andere twittergebruiker verwijzen en zo reageren op zijn of haar tweet. Zo kunnen conversaties ontstaan.⁵⁰

Ten vierde kunnen gebruikers de tweetupdate van andere gebruikers op hun eigen twitterprofiel plaatsen. Deze functie wordt ‘retweeten’ genoemd. Berichten worden blootgesteld aan nieuwe volgers en de inhoud ervan wordt verder verspreid.⁵¹

Een vijfde belangrijk kenmerk van Twitter is dat in een tweet een ‘link’ naar een bepaalde website kan worden geplaatst. Deze url-code kan verwijzen naar bijvoorbeeld een YouTube-filmpje.⁵²

Ten slotte zijn er op Twitter ook ‘lijsten’. Een twittergebruiker hoeft niet altijd zelf inhoud te posten. Hij of zij kan ervoor kiezen enkel andere twittergebruikers te volgen. Zo heeft iedere twittergebruiker een eigen lijst van gebruikers die hij of zij wenst te volgen.⁵³

⁴⁶ KWAK (H.), LEE (C.), PARK (H.) & MOON (S.) *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* Daejeon in Korea, KAIST (Department of Computer Science) 2010, p. 10.

⁴⁷ BERNOFF (J.) & CHARLENE (L.) *Groundswell. De impact van sociale media: van uitdaging naar zakelijk succes.* Boston, Schouten & Nelissen, 2011, p. 209.; TWITTER <https://twitter.com> Datum van raadpleging: 14 maart 2013.

⁴⁸ BERNOFF (J.) & CHARLENE (L.) *Groundswell . De impact van sociale media: van uitdaging naar zakelijk succes.* Boston, Schouten & Nelissen, 2011, p. 209.

⁴⁹ IDEM, p. 210.

⁵⁰ IBIDEM.

⁵¹ IBIDEM.

⁵² IBIDEM.

⁵³ IDEM, p. 211.

Twitter is minder populair dan Facebook. Van de Amerikaanse volwassenen met een internetverbinding twitterde in 2010 slechts 7%. Dat lijkt zeer weinig, maar onderzoek heeft aangetoond dat in die 7% twittergebruikers zich de meest invloedrijke Amerikanen bevonden. In 2010 vertegenwoordigde Twitter 10% van de invloed uitgeoefend door SNSs.⁵⁴

De internauten met een twitteraccount zijn gemiddeld ouder dan de gebruikers van de SNS Facebook. In 2010 was één derde van alle Amerikaanse twitteraars ouder dan 35 jaar.⁵⁵ Ander Amerikaans onderzoek toonde aan dat slechts 10% van de tieners tussen 14 en 17 jaar gebruik maakt van een twitteraccount. Opmerkelijk is dat jongens minder (7%) dan meisjes (13%) gebruik maken van Twitter. De jongvolwassenen (van 18 tot 24 jaar) vormen de grootste groep actieve twittergebruikers (37%). Maar hoe hoger de leeftijdsgroep, hoe lager het twittergebruik: 25 tot 29 jaar (25%); 30 tot 49 jaar (22%); 50 tot 64 jaar (9%) en 65+ (4%).⁵⁶

Ook bij Vlaamse tieners is Twitter minder ingeburgerd. Wel is de website bij hen aan een sterke opmars bezig. In 2012 steeg Twitter in de lijst van populairste SNSs bij Vlaamse jongeren van de 18^{de} naar de 8^{ste} plaats, dit in vergelijking met cijfers uit 2010. De Vlaamse jongeren zijn dus massaal aan het twitteren geslagen.⁵⁷

Dit hoofdstuk toonde aan dat SNSs (en vooral Facebook) een belangrijke rol spelen in het dagelijkse leven van de jongeren. Bijgevolg kan het debat aangegaan worden over hoe SNSs kunnen ingezet worden in de informatievoorziening en educatieve doeleinden voor jongeren.

2. De rol van SNS in de informatievoorziening en educatie van jongeren: een pril debat

Aangezien informatievoorziening en educatie centrale elementen zijn in relationele en seksuele vorming (RSV), wordt de rol van SNSs hieromtrent in dit hoofdstuk onder de loep genomen.

Er is weinig academisch onderzoek gedaan naar de informatieve en educatieve rol van SNSs.⁵⁸ Het academisch onderzoek spitst zich vooral toe op de rol van SNSs in het onderhouden en opbouwen van

⁵⁴ IBIDEM.

⁵⁵ IDEM, p. 213.

⁵⁶ LENHART (A.), PURCELL (K.), SMITH (A.), ZICKUHR (K.) *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Washington, Pew Research Center, 2010, p. 21.

⁵⁷ APESTAARTJAREN 4 *Onderzoeksrapport*.

http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport_apestaartjaren_4.pdf Datum van raadpleging: 19 december 2012, p. 17.

⁵⁸ CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 712.; KYUNG-SUN (K.) & SEI-CHING (J.S.) International students' everyday life information seeking: the international value of social networking sites. In: *Library and Information Science Research*, 2013, vol. 33, p. 107-108.

sociale contacten. Dat is dan ook de hoofdreden waarom jongeren SNSs gebruiken. Jongeren zijn vooral geïnteresseerd in hun vrienden wanneer ze op SNSs vertoeven. Onderzoekers zoals Boyd (2007) Ellison, Steinfield en Lampe (2007), Ito (2008), Joinson (2008), Hew (2011), Mazman en Usluel (2011), en Phua en Jin (2011) onderschrijven deze stelling.⁵⁹ Zelden is educatie voor jongeren daarbij prioritair.⁶⁰

Dit laatste geldt ook voor de SNS Facebook. Baran (2010), Madge, Meek, Wellens en Hooley (2009), Mazer, Murphy en Simonds (2007, 2009) en Selwyn (2009) nemen Facebook eerder aan voor een sociale technologie dan voor een formeel leerplatform.⁶¹ Onderzoek van Mazman en Usluel (2011) sluit hierbij aan. In hun onderzoek bij Turkse studenten geven de bevraagde jongeren aan dat ze Facebook het meest benutten om relaties te onderhouden en veel minder voor schoolgerelateerde activiteiten gebruiken. Het meest populaire antwoord die de studenten gaven tijdens interviews was: 'Ik gebruik Facebook om oude vrienden terug te vinden'. Het minst populaire antwoord was: 'Ik gebruik Facebook voor school'. De auteurs bemerkten wel een genderverschil voor wat betreft het onderhouden van reeds bestaande relaties en het maken van nieuwe vriendschappen. Meisjes gebruiken Facebook meer om hun bestaande relaties te onderhouden. Bij jongens gaat het meer om het maken van nieuwe relaties. Daarentegen werd er weinig verschil waargenomen tussen jongens en meisjes in het gebruik van Facebook voor educatieve redenen. Er kan dan ook gesteld worden dat zowel jongens als meisjes Facebook veel minder voor school gebruiken dan dat ze de website voor contact met vrienden gebruiken.⁶²

Selwyn (2009) sluit zich hierbij aan. De auteur onderzocht de facebookconversaties op de wall van studenten en concludeerde dat er maar weinig educatieve of universiteitsgerelateerde onderwerpen aan

⁵⁹ BOYD (D.) Social Network Sites : Public, Private, or what? In: *Knowledge Tree*, 2007, p. 6.; BITTANTI (M.), BOYD (H.), HERR-STEPHENSON (B.), HORST (H.), ITO (M.), LANGE (P.G.), PASCOE (C.J.) & ROBINSON (L.) *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*, MacArthur Foundation, 2008, p. 5 & 7 & 10.; ELLISON (N.B.), STEINFELD (C.) & LAMPE (C.) The benefit of facebook "friends": social capital and college students' use of online social network sites. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, p. 1143-1168.; JOINSON (N.A.) Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and uses of Facebook. In: *CHI 2008 Proceedings*, 2008, p. 1027-1036.; HEW (K.F.) Students' and teachers' use of Facebook. In: *Computers in Human Behaviour*, 2011, vol. 27, p. 662.; HOOLEY (T.), MADGE (C.), MEEK (J.) & WELLENS (J.) Facebook, social integration and informal learning at University: it is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 141-155.; MAZMAN (G.) & USLUDEL (Y.K.) Gender differences in using social networks. In: *Turkish Online Journal of Education Technology*, 2011, vol. 10, nr. 2, p. 137.; JIN (S.A.A.) & PHUA (J.) Finding a home away from home: The use of social network sites by Asia-Pacific students in the United States for bridging and bonding social capital. In: *Asian Journal of Communication*, 2011, vol. 21, nr. 5, p. 52-62.

⁶⁰ BOYD (D.) Social Network Sites: Public, Private, or what? In: *Knowledge Tree*, 2007, p. 6.

⁶¹ BARAN (B.) Facebook as a formal instructional environment. In: *British Journal of Education Technology*, 2010, vol. 41, nr. 6, p. 146.; MADGE (C.), HOOLEY (T.), MEEK (J.) & WELLENS (J.) Facebook, social integration and informal learning at University: it is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 141-155.; MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) I'll See You On "Facebook": The Effects of teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate. In: *Communication Education*, 2007, vol. 56, nr. 1, p. 13.; MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) The effects of teacher self-disclosure via Facebook on teacher credibility. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 179-180.; SELWYN (N.) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 159 & 170-172.

⁶² MAZMAN (G.) & USLUDEL (Y.K.) Gender differences in using social networks. In: *Turkish Online Journal of Education Technology*, 2011, vol. 10, nr. 2, p. 135-137.

bod kwamen. Een echte 'educational exchange' of uitwisseling van kennis werd niet teruggevonden in de posts van de studenten op Facebook. De studenten gebruikten Facebook vooral om te communiceren met vrienden of studenten die zij reeds kenden vanuit de offline studentenwereld. Tijdens hun conversaties kwamen onderwerpen die te maken hadden met ontspanning en entertainment aan bod. Facebook moet dus gezien worden als een plaats waar studenten mee bezig zijn buiten de lessen, aldus Selwyn. Bijgevolg durft Selwyn beweren dat Facebook geen specifieke meerwaarde heeft voor de educatie en specifieke kennis en informatie die daarbij aan studenten wordt meegegeven.⁶³

SNSs worden vooral gebruikt omwille van sociale redenen. Dat wil niet zeggen dat ze helemaal niet gebruikt worden voor educatieve doeleinden en geen meerwaarde kunnen betekenen voor het opzoeken van dagdagelijkse informatie. SNSs worden gevoed door inhoud en conversaties. Dit stimuleert de informatie-uitwisseling en kennisoverdracht.⁶⁴ Bovendien zijn ze ook alomtegenwoordig in onze huidige samenleving, zeker bij jongeren.⁶⁵ Bijgevolg zijn SNSs een zeer gemakkelijk en laagdrempelig medium. Onderzoek heeft uitgewezen dat SNSs een meerwaarde kunnen betekenen voor jongeren die thuis of in hun vriendenkring niet altijd een antwoord kunnen krijgen op hun informatiebehoeften. Tynes (2007) en Griffith en Liyanage (2008) wijzen op het potentieel van Facebook voor jongeren die geen broers, zussen of ouders hebben die hen met hun schoolwerk kunnen helpen. Jongeren kunnen er namelijk behulpzame, educatieve (discussie)groepen aanmaken.⁶⁶ Ook Sei-Ching en Kyung-Sun (2013) kwamen tot de vaststelling dat SNSs een zeer belangrijke rol spelen in het invullen van dagelijkse informatiebehoeften.⁶⁷ De auteurs deden een onderzoek met 180 internationale studenten uit de VS en lieten hen dagdagelijkse informatie opzoeken op het internet. In dit onderzoek vulden de studenten achteraf een vragenlijst in. De conclusie was dat de overgrote meerderheid van de studenten SNSs gebruikt voor het opzoeken van dagdagelijkse informatie. 69% van de studenten gebruikt het zelf frequent. De meerderheid van de respondenten vonden dat de informatie die ze vonden via deze SNSs nuttig was. Toch toonde de studie aan dat SNSs niet de populairste bron zijn voor het opzoeken van alledaagse informatie. Dat zijn namelijk de internet

⁶³ SELWYN (N.) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 159 en 170-172.

⁶⁴ MORAN (M.), SEAMAN (J.) & TINTI-KANE (H.) *Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media*. Boston, Pearson, 2011, p. 4.

⁶⁵ GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. University of Wollongong, Proceedings of the Emerging Technologies Conference, 2008, p. 80.

⁶⁶ TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, p. 577.; GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. University of Wollongong, Proceedings of the Emerging Technologies Conference, 2008, p. 80.

⁶⁷ KYUNG-SUN (K.) & SEI-CHING (J.S.) International students' everyday life information seeking: the international value of social networking sites. In: *Library and Information Science Research*, 2013, vol. 33, p. 107.

zoekmachines. Informatie over financiële zaken, gevolgd door gezondheid, nieuws over het thuisland, de woonmarkt en entertainment waren het populairst.⁶⁸

De populariteit van SNSs, gecombineerd met het potentieel van informatie-uitwisseling biedt kansen aan SNSs om als platform voor doelgerichte informatieoverdracht en educatieve doeleinden te dienen. In de academische literatuur die hierover geschreven is, wordt over de rol en de meerwaarde van SNSs voor educatieve doeleinden druk gedebatteerd.⁶⁹

De voorstanders zeggen dat SNSs een aanvulling zijn voor de traditionele vormen van onderwijs en educatie. SNSs bieden namelijk een aantal didactische voordelen. Zo zouden ze beter aansluiten aan de interesse- en informatiebehoeften van de jongeren, informeel leren stimuleren en bijdragen tot een betere interactiviteit tussen de leerlingen onderling en de leerkrachten. Bovendien zouden SNSs de jongeren beter voorbereiden op de samenleving van de 21^{ste} eeuw.

SNSs sluiten beter aan bij de informatiebehoeften en interesses van de jongeren. In dit kader spreken Thomas en Seely-Brown (2011) een 'new culture of learning', waarbij het leerproces eerder vraaggestuurd werkt in plaats van aanbodgestuurd. Deze nieuwe manier van leren via sociale media vraagt een nieuwe aanpak. De leerlingen of zij die kennis moeten vergaren moeten zelf de kennis creëren. Ze zijn actieve co-producenten van informatie, eerder dan dat ze passief informatie consumeren.⁷⁰ Selwyn (2012) noemt het de 'produsage generation' van leerlingen die nu zelf hun eigen content moeten creëren en delen met elkaar.⁷¹

Sommige auteurs spreken over het 'informeel' leren op SNSs.⁷² Informeel leren is een leerproces dat zich buiten de formele leerinstellingen afspeelt.⁷³ Jahnke (2012) definieert informeel leren als een vorm van zelfstudie die geïnitieerd wordt door de leerling zelf, zonder daarbij een leerkracht nodig te hebben. Hierdoor verschilt informeel leren van formeel leren. Deze laatste wordt georganiseerd door een instelling waarbij de lessen worden gegeven door een leraar en waaraan een formele erkenning is verbonden aan de resultaten van de leerling. Het verschil zit hem in (1) de mate van organisatie; (2) de

⁶⁸ IDEM, p. 111.

⁶⁹ POLLARA (P.) & ZHU (J.) Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial space. In: *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2011, pp. 3330.

⁷⁰ SELWYN (N.) *Sociale Media in Higher Education*. The Europa World of Learning, 2012, p. 3-4.

THOMAS, D. en SEELY-BROWN, J., *A new culture of learning*. Charleston, SC, Createspace, 2011.

⁷¹ SELWYN N. *Sociale Media in Higher Education*. The Europa World of Learning, 2012, p. 4 en 6.

⁷² MAZMAN (G.) & USLU (Y.K.) Gender differences in using social networks. In: *Turkish Online Journal of Education Technology*, 2011, vol. 10, nr. 2, p. 133-138.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, p. 575.

⁷³ JAHNKE (I.) Informal Learning via Social Media: Preparing for Didactical Designs. In: BEURSKENS (M.), TOKAR (A.) e.a., *Science and the internet*, Düsseldorf University Press, 2021, p. 59-60.; KAGETO (M.), KIRKPATRICK (G.) & SATO (S.) *Analysis of Informal Use of Social Media through Formal Project-based Learning 2012* <http://ebookbrowse.com/5-analysis-of-informal-use-of-social-media-through-formal-project-based-learning-docx-d413563563> Datum van raadpleging: 20 maart 2013, p. 2.

formele certificaten en diploma's en (3) wie het leerproces initieert.⁷⁴ Sato, Kageto en Kirkpatrick (2012) hanteren een soortgelijke definitie en beschrijven informeel leren als een ongestructureerde leeractiviteit buiten het klaslokaal.⁷⁵ Bij informeel leren bepalen de leerlingen zelf hun tempo, het onderwerp, de plaats en de bronnen die ze raadplegen. Online fora, weblogs en SNSs zijn enkele voorbeelden van waar informeel leren kan plaatsvinden.⁷⁶ Deze informaliteit draagt bij tot een verhoogde interactiviteit en participatie.⁷⁷

Er heerst een algemene consensus in de academische wereld dat online SNSs een grotere interactiviteit met zich meebrengen tussen de leerlingen onderling en tussen de school en leerlingen.⁷⁸ Bovendien wordt interactiviteit gezien als een succesfactor voor effectief leren.⁷⁹

SNSs zouden de interactiviteit tussen de leerlingen onderling verhogen, wat bijdraagt tot een meer geoptimaliseerde leerervaring. Jongeren zijn meer gemotiveerd om van leeftijdsgenoten bij te leren dan van volwassenen. Bovendien zijn de inspanningen van de jongeren veeleer gebaseerd op persoonlijke motivatie, eerder dan op voorafgestelde doelen in een klaslokaal. Hierdoor dragen SNSs bij tot een meer gepersonaliseerde ervaring bij het leerproces.⁸⁰ De online interactiviteit bij jongeren zou een sociaal gevoel creëren, omdat ze deel uitmaken van een online *community*, waardoor ze vaak succesvoller presteren en meer leren uit het ganse leerproces.⁸¹ Onderzoek van Hung en Chi-Yin Yuen (2010) naar het gebruik van de SNS 'Ning', een SNS opgericht in 2005 die vaak door scholen en studenten werd gebruikt, concludeerde dat 92% van de ondervraagde Taiwanese studenten een

⁷⁴ JAHNKE (I.) Informal Learning via Social Media: Preparing for Didactical Designs. In: BEURSKENS (M.), TOKAR (A.) e.a., *Science and the internet*, Düsseldorf: Düsseldorf University Press, 2021, p. 61.

⁷⁵ KAGETO (M.), KIRKPATRICK (G.) & SATO (S.) *Analysis of Informal Use of Social Media through Formal Project-based Learning 2012* <http://ebookbrowse.com/5-analysis-of-informal-use-of-social-media-through-formal-project-based-learning-docx-d413563563> Datum van raadpleging: 20 maart 2013, p. 2.

⁷⁶ JAHNKE (I.) Informal Learning via Social Media: Preparing for Didactical Designs. In: BEURSKENS (M.), TOKAR (A.) e.a., *Science and the internet*, Düsseldorf: Düsseldorf University Press, 2021, p. 59-60.

⁷⁷ CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 705.

⁷⁸ GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, p. 76-81. ; SELWYN (N.) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 158.

; BARAN (B.) Facebook as a formal instructional environment. In: *British Journal of Education Technology*, 2010, vol. 41, nr. 6, p. 148.; CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 705.; POLLARA (P.) & ZHU (J.) Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial space. In: *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2011, p. 3330.

⁷⁹ HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, 2010, vol. 13, p. 575.

⁸⁰ BITTANTI (M.), BOYD (H.), HERR-STEPHENSON (B.), HORST (H.), ITO (M.), LANGE (P.G.), PASCOE (C.J.) & ROBINSON (L.) *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*, MacArthur Foundation, 2008, p. 7.

⁸¹ CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 705.

positieve ervaring hadden bij het gebruik van deze SNS. De studenten gaven aan dat interactiviteit en de informatie-uitwisseling kernelementen waren in het pedagogisch voordeel van Ning.⁸²

Tynes (2007) beweert zelf dat SNSs de interactie tussen jongeren van verschillende sociale achtergronden en culturen vergroten. Tieners leren over andere culturen, spreken soms andere talen en leren daarvan soms veel meer dan van tekstboeken omdat ze onbewust en vanuit zichzelf leren.⁸³

Nog meer onderzoek is gedaan naar de rol van SNSs in de relatie tussen leerkrachten en leerlingen. Amerikaans onderzoek stelde vast dat hoe persoonlijker de aanwezigheid van opvoedkundigen en informatieverstrekkers op SNSs is, hoe meer studenten gemotiveerd zijn om deel te nemen aan de lessen en om interesse te tonen voor de leerstof.⁸⁴ Een goed voorbeeld hiervan is het onderzoek van Mazer, Murphy en Simonds (2007) met betrekking tot Facebook. Ook deze auteurs constateerden dat de leerkrachten die hun facebookprofiel meer personaliseren, meer gemotiveerde studenten in hun klas hebben. Leerkrachten die op hun facebookprofiel meer persoonlijke informatie ter beschikking stellen voor hun studenten zullen een betere band kunnen creëren met hun leerlingen. Leerlingen durven na het zien van persoonlijke gegevens van hun leraar sneller met hem of haar communiceren.⁸⁵ Later onderzoek van Mazer en co (2009) onderschrijft deze onderzoeksresultaten. Leerkrachten met veel persoonlijke informatie op hun facebookprofiel komen betrouwbaarder en geloofwaardiger over dan leerkrachten die dit niet doen. Wel moet hierbij een kanttekening geplaatst worden. Het facebookprofiel van de docenten moet consistent zijn met de manier waarop de leerkrachten overkomen in de klas. Zo is het niet opportuun dat een zeer strenge leerkracht een losbandig facebookprofiel heeft. De leerkracht kan namelijk een deel van zijn of haar geloofwaardigheid verliezen, wat een negatief effect heeft op het leerproces van de leerlingen.⁸⁶

Hieraan kan het onderzoek van Roblyer, McDaniel, Webb, Herman en Witty (2010) worden gekoppeld. Zij toonden aan dat het gebruik van een facebookpagina voor educatieve doeleinden de relatie tussen de leraar en de student positief kan beïnvloeden. In dit onderzoek werden de opinies van 62 docenten en 120 studenten van een Zuid-Amerikaanse Universiteit onderzocht. Er werd een

⁸² IDEM, p. 710.

⁸³ TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 577.

⁸⁴ GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, p. 76-81.

⁸⁵ MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) I'll See You On "Facebook": The Effects of teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate. In: *Communication Education*, 2007, vol. 56, nr. 1, p. 13.; GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, p. 79.

⁸⁶ MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) I'll See You On "Facebook": The Effects of teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate. In: *Communication Education*, 2007, vol. 56, nr. 1, p. 1.; MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) The effects of teacher self-disclosure via Facebook on teacher credibility. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, pp. 179-180.

facebookpagina met 4 discussiefora aangemaakt waaraan zowel mentors en studenten vrijwillig konden deelnemen. De leerlingen die de facebookpagina hadden gebruikt hadden een sterkere relatie met hun mentors dan leerlingen die niet hadden geparticipeerd aan de fora op Facebook. Bovendien vonden de leerlingen dat ze meer hadden geleerd dankzij het gebruik van Facebook. Ze wilden van deze SNS meer gebruik maken voor andere educatieve doeleinden.⁸⁷

Daartegenover staan auteurs die eerder kritisch zijn tegenover de integratie van SNSs in traditionele educatieve curricula. Zij halen tal van aandachtspunten aan die het gebruik van sociale media met zich meebrengen.

SNSs zouden studenten weghouden van hun educatieve doelstellingen en zouden daarom een negatief effect hebben op de academische prestaties. Een studie van Kirschner en Karpinski (2010) toonde het omgekeerd evenredig effect vast tussen de tijd die studenten spendeerden op Facebook en hun schoolresultaten.⁸⁸ Andere studies weerleggen deze stelling. Een onderzoeksrapport van de National School Boards Association uit 2007 geeft daarentegen een positieve correlatie weer tussen Facebook en de schoolresultaten van leerlingen en beschrijft de opkomst van de 21^{ste} eeuwse vaardigheden die bestaan uit communicatie, creativiteit, samenwerking, leiderschapscapaciteiten en technologische geletterdheid.⁸⁹ Bovendien zouden tieners dankzij SNSs een betere voeling met anderen rondom zich hebben en zouden SNSs leiden tot een betere ontwikkeling van het kritisch denken en argumenteren.⁹⁰ Wanneer jongeren deelnemen aan discussiefora op SNSs zijn ze verplicht om na te denken over het onderwerp. Hierdoor leren ze om zelf een mening vormen.⁹¹ Ze leren er ook sociale normen, alsook omgaan met alle soorten relaties.⁹²

Verder argumenteren critici dat SNSs, en Facebook in het bijzonder, niet geschikt zijn als effectief leerplatform. Madge, Meek, Wellens en Hooley (2009) stellen dat de sociale dynamiek op Facebook

⁸⁷ HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, 2010, vol. 13, p. 134.

⁸⁸ en KARPINSKI (A.C.) & KIRSCHNER (P.A.) Facebook and academic performance. In: *Computers in Human Behavior*, vol. 26, 2010, p. 1237-1245.

⁸⁹ POLLARA (P.) & ZHU (J.) Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial space. In: *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2011, pp. 3330.; SELWYN (N.) Faceworking: Exploring Students' Education-Related Use of "Facebook". In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 157-174.; NATIONAL SCHOOL BOARDS ASSOCIATION *Creating and Connecting: Research and Guidelines on Online Social – and Educational – Networking 2007*
<http://socialnetworking.procon.org/sourcefiles/CreateandConnect.pdf> Datum van raadpleging: 4 februari 2013.

⁹⁰ SELWYN (N.) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 158.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 577 & 579.

⁹¹ GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, p. 76-81.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 577.

⁹² GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, p. 76-81.

weinig ruimte laat voor ‘serieuzere’ of formele vormen van onderwijs.⁹³ Baran (2010) onderschrijft deze stelling. Voor zijn onderzoek moesten de studenten online les volgen via een facebookgroep. Ze waren zelf verantwoordelijk voor de inhoud ervan en werden geëvalueerd op basis van de bijdragen die ze er leverden. Uit het onderzoek bleek dat de studenten deze lessen op Facebook niet als een onderdeel van de traditionele les beschouwden en dat ze de posts als minder serieus opnamen. De studenten waren op Facebook meer geïnteresseerd in het sociale gebeuren dan in de educatieve content die erop verscheen. Bijgevolg werden heel wat posts die verschenen op de educatieve facebookpagina niet opgenomen door de studenten.⁹⁴

Ook het onderzoek van McGarry, Wolf e.a. (2012) bevestigde dat de populaire SNSs zoals Facebook en Twitter niet verkozen worden tot de meest geschikte media voor educatieve doeleinden. Deze auteurs onderzochten het gebruik en de preferenties van studenten van sociale media met betrekking tot de educatieve meerwaarde ervan. Hiervoor werden studenten van twee verschillende universiteiten (een Amerikaanse en een Ierse) gevraagd naar hun favoriete sociale leerplatform. Er werden 4 SNSs onderzocht, namelijk ValuePulse (een online sociaal leer- en discussieplatform), LinkedIn, Facebook en Twitter. Van de 209 respondenten verkozen slechts 8% Facebook en 4% Twitter als het meest geschikte medium. ValuePulse (79%) en LinkedIn (38%) gingen deze vooraf.⁹⁵

Auteurs halen aan dat populaire SNSs zoals Facebook, MySpace en Twitter vooral worden gezien als een persoonlijke en sociale ruimte. Leerlingen en leerkrachten zien het als hun private ruimte en erkennen deze niet voor educatieve doeleinden.⁹⁶ Uit het onderzoek van Roblyer, McDaniel, Webb, Herman en Witty (2010) bleek dat 53% van de ondervraagde docenten vonden dat Facebook eerder een sociale en persoonlijke functie had en geen educatieve, tegenover 22,5% van de studenten.⁹⁷

Onderzoek van Moran, Seaman en Tinti-Kane (2011) kwam tot soortgelijke bevindingen. Deze auteurs bevroegen faculteitsleden over de frequentie van hun persoonlijk gebruik van SNSs. 75% indiceerde een sociaal medium bezocht te hebben in de maand. 50% van hen postte er zelf inhoud op. Het gebruik van Facebook en Twitter in functie van de lessen werd echter eerder als negatief bestempeld. Bijna de helft van de faculteitsleden vonden dat het gebruik van de sociale media meer

⁹³ MADGE, C., MEEK, J., WELLENS, J. & HOOLEY, T., Facebook, social integration and informal learning at University: it is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work. *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, p. 141–155.

⁹⁴ BARAN (B.) Facebook as a formal instructional environment. In: *British Journal of Education Technology*, 2010, vol. 41, nr. 6, p. 146-148.

⁹⁵ FRAWLEY (T.), MCGARRY WOLF (M.), TORRES, (A.), WOLF (M.) & WOLF (S.) *Using Social Media to enhance Learning through Collaboration in Higher Education: A case study* 2012, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/124597/2/wolf%20social%20media%20case%20study%20AAEA%20ValuePulse.pdf>
Datum van raadpleging: 15 maart 2013, p. 9.

⁹⁶ CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 706-707.

⁹⁷ HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLYER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, vol. 13, 2010, p. 138.

tijd in beslag namen dan dat ze waard waren. Wel werden tools als video's, podcasts, blogs en wiki's nuttig gevonden voor het lesgeven.⁹⁸ De docenten beoordeelden de SNSs als niet geschikt voor het verder zetten van de lessen omwille van privacyredenen.⁹⁹

Privacybekommernissen zijn niet vreemd wanneer het onderwerp van SNSs wordt aangesneden. Auteurs zoals Livingstone (2008) wijzen op de privacygevaaren die SNSs zoals Facebook met zich meebrengen. Er heerst een zogenaamde privacyparadox: er wordt veel meer persoonlijke informatie gedeeld op SNSs dan de gebruikers vermoeden of wensen. De oorzaken hiervan zijn de volgende: gebruikers van SNSs zijn zich vaak niet bewust van de mogelijke privacyinstellingen en de gevolgen ervan. Bovendien zijn de standaard privacyinstellingen op SNSs vaak open.¹⁰⁰

Dit leidt tot een negatieve connotatie van SNSs en Facebook in het bijzonder. Pollara en Zhu (2011) concludeerden in hun onderzoek waarbij ze een facebookgroep opstartten dat sommige leerkrachten geen 'vrienden' wilden worden met hun leerlingen. Hierdoor verschenen de educatieve statusupdates van de leerkrachten niet automatisch tussen de nieuwsberichten van de leerlingen. De auteurs meldden dat er meer onderzoek moet worden gedaan naar een gebruiksvriendelijk ontwerp voor online sociaaleducatieve netwerken dat rekening houdt met de privacy van de gebruiker.¹⁰¹ Dezelfde stelling hebben Hung en Chi-Yin. Zij gebruikten voor hun onderzoek de SNS 'Ning' omdat ze vreesden dat de leerlingen SNSs zoals Facebook en MySpace te veel als hun privaat domein zouden zien en deze niet zouden willen gebruiken voor educatieve projecten.¹⁰²

Tot slot kan ook het traditionalisme van het onderwijzerskorps vermeld worden. In het algemeen staan docenten negatiever tegenover de integratie van sociale media in het onderwijs, zeker in vergelijking met hoe studenten er tegenover staan. Roblyer, McDaniel, Webb, Herman en Witty (2010) stellen dat het hoger onderwijs de slechte gewoonte heeft van het niet, of te laatig opnemen van nieuwe technologieën.¹⁰³ Een studie van het National Center for Education Statistics documenteerde de sceptische en weigerachtige houding van het docentenkorps om nieuwe technologieën zoals SNS te integreren in lerarenopleidingen. Bij 73% van de docenten werd een gebrek aan interesse gemeten, terwijl de bereidheid van leerkrachten in opleiding om nieuwe technologieën te gebruiken veel groter

⁹⁸ MORAN M., SEAMAN J. & TINTI-KANE H. *Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media*. Boston, Pearson, 2011, p. 7-14.

⁹⁹ MORAN M., SEAMAN J. & TINTI-KANE H. *Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media*. Boston, Pearson, 2011, p. 16.

¹⁰⁰ LIVINGSTONE S. Taking risky opportunities in youthful content creation : teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and selfexpression. In: *New Media Society*, 2008, vol. 10, nr. 3, p. 408.

¹⁰¹ POLLARA, P., & ZHU, J., Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial space, in: *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2011, pp. 3337.

¹⁰² CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, p. 706-707.

¹⁰³ HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLYER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, vol. 13, 2010, p. 134.

was. 54% van hen gaf aan dat het gebrek aan interesse geen barrière was voor de integratie van nieuwe technologieën in het onderwijsaanbod.¹⁰⁴

3. SNSs in informatievoorziening rond relaties en seksualiteit - een blinde vlek in de academische literatuur.

De rol van nieuwe media en in het bijzonder die van SNSs zijn in de informatievoorziening en voorlichting van jongeren omtrent seksualiteit een onderbelicht onderzoeksthema. Bijgevolg is er relatief weinig academische literatuur beschikbaar.¹⁰⁵

Deze masterproef zal geen negatieve visie op seksualiteit hanteren. Er bestaat een conservatieve strekking in de literatuur - veelal van Amerikaanse onderzoekers - die hoofdzakelijk wijst op de negatieve effecten van nieuwe media op seksuele ontwikkeling van jongeren. De auteurs van dergelijke literatuur zien de opkomst van nieuwe media als een bevestiging van het morele verval en de seksualisering van onze samenleving. Nieuwe media geven jongeren gemakkelijker toegang tot seksueel expliciete beelden. Ook kunnen seksueel expliciete boodschappen sneller onderling worden uitgewisseld.¹⁰⁶ Enerzijds benadrukken deze auteurs dat nieuwe media de kans op online slachtofferschap vergroten. Auteurs zoals Shade (2007) en Thiel-Stern (2009) onderzochten de risico's van de SNS MySpace in functie van pedofilie. Zij kwamen tot de conclusie dat MySpace een magneet is voor individuen met slechte bedoelingen omdat ze er anoniem in contact kunnen komen met jonge meisjes.¹⁰⁷ Anderzijds wordt gesteld dat nieuwe media seksuele activiteiten stimuleren en/of vervroegen, wat zich vertaalt in een stijgend aantal soa's, tienerzwangerschappen en onzedig gedrag.¹⁰⁸ Onderzoek van Ladin L'Engle, Brown en Kenneavy (2006) concludeerde dat adolescenten die vaker blootgesteld worden aan seksuele inhoud, meer geneigd zijn om meer seksuele activiteit te hebben.¹⁰⁹ Nederlands onderzoek naar jonge zedendaders haalde aan dat het internet en SNSs zoals

¹⁰⁴ LEWIS (L.), KLEINER (B.) & THOMAS (N.) Educational technology in teacher education programs for initial licensure. Washington, U.S. Department of Education, 2007, p.11.

¹⁰⁵ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 15.; BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1082.

¹⁰⁶ HASINOFF (A.) Sexting as media production : Rethinking social media and sexuality. In: *New Media & Society*, vol. 10, 2012, p. 11.

¹⁰⁷ SHADE (L.R.) Contested spaces: protecting or inhibiting girls online? In: DIXON (S.) & WEBER (S.), *Growing Up Online: Young People and Digital Technologies*, 2007, pp. 227-244.; THIEL-STERN (S.) Femininity out of control on the Internet: a critical analysis of media representations of gender, youth, and Myspace.com in international news discourses. In: *Girlhood Studies: An Interdisciplinary Journal*, 2009, vol. 2, pp. 20-39.

¹⁰⁸ LYON (M.), ROGERS (J.) & SUMMERS (D.) Abstinence-only education policies and programs: a position paper of the Society for Adolescent Medicine. In: *Journal of Adolescent Health*, 2006, vol. 38, p. 84.

¹⁰⁹ BROWN (J.D.), KENNEAVY (K.) & LADIN L'ENGLE (K.) The mass media are an important context for adolescents' sexual behavior. In: *Journal of Adolescent Health*, 2006, vol. 38, p. 186-192.

MSN kunnen bijdragen tot de vervaging van de seksuele referentiekaders.¹¹⁰ Kortom, deze literatuur focust overmatig op de risico's van het verschaffen van (online) informatie over seksualiteit.

Deze thesis gaat voorbij aan deze eenzijdige negatieve fixatie op seksualiteit en de vrees voor de effecten van deze nieuwe technologieën.¹¹¹ Eerder zal ze de rol van het internet en meer bepaald SNSs behandelen vanuit een positieve visie op seksualiteit, zonder daarbij de mogelijke risico's die eraan verbonden zijn uit het oog te verliezen.

Centraal in deze benadering staat het concept 'relationele en seksuele vorming' (RSV), zoals het door SENSOA, in samenwerking met de relevante stakeholders, uitgewerkt is. Dit concept is van toepassing op kinderen van 0 tot 25 jaar en vertrekt vanuit een positieve visie op seksualiteit, waar naast de risico's ook de plezierige aspecten ervan aan bod komen. De Wereldgezondheidsorganisatie geeft hieraan de volgende definitie:

*"RSV is het overbrengen van de cognitieve, emotionele, sociale, interactieve en fysieke aspecten van seksualiteit. Relationele en seksuele vorming start vroeg in de kindertijd en loopt door in de adolescentie en volwassenheid. Bij kinderen en jongeren wil seksuele vorming de seksuele ontwikkeling beschermen en ondersteunen. Kinderen en jongeren ontwikkelen aan de hand van informatie, vaardigheden en positieve waarden geleidelijk competenties om hun seksualiteit te begrijpen en ervan te genieten, om veilige en bevredigende relaties te hebben en verantwoordelijkheid te nemen voor de eigen en andermans seksuele gezondheid en welbevinden, maar ook voor gemaakte keuzes en de gevolgen daarvan. Het stelt hen in staat keuzes te maken die de kwaliteit van hun leven verbeteren en bijdragen aan een solidaire en rechtvaardige wereld. Alle kinderen en jongeren hebben recht op beschikbare en leeftijdsadequate relationele en seksuele vorming."*¹¹²

Deze visie van SENSOA, die gereflecteerd wordt in het concept Goede Minnaars en aansluit bij de WHO-visie, steunt op drie pijlers: (1) de begeleiding van de seksuele ontwikkeling (2) de ontwikkeling van waarden en normen en (3) risicovermijding.¹¹³

Deze benadering levert tal van voordelen op. Ten eerste heeft een positieve benadering omtrent seksualiteit een positief effect op de ontwikkeling van jongeren en op de maatschappij in het algemeen.¹¹⁴ Verschillende onafhankelijke onderzoeken hebben aangetoond dat een goede RSV leidt

¹¹⁰ JONKER (M.) & OHLRICHS (Y.) Seksuele moraal en jonge zedendaders: worden grenzen steeds vager? In: *Tijdschrift voor Seksuologie*, 2009, vol. 33, p. 124-126.

¹¹¹ HASINOFF (A.) Sexting as media production : Rethinking social media and sexuality. In: *New Media & Society*, 2012, vol. 10, p. 12.

¹¹² SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.5.; WHO - Regional Office for Europe en het Federal Centre for Health Education. *Standards for Sexuality Education in Europe* 2010. <http://www.euro.who.int/en/what-we-publish/information-for-the-media/sections/latest-press-releases/new-european-guidelines-on-sexuality-education-experts-say-sexuality-education-should-start-from-birth> Datum van raadpleging: 24 november 2010.; BZGA <http://www.bzga-whocc.de/?uid=072bde22237db64297daf76b7cb998f0&id=Seite4486> Datum van raadpleging: 24 november 2010.

¹¹³ PEETERS (K.) *Relationele en seksuele vorming. Handboek voor secundair onderwijs*. Antwerpen, Garant, p. 18.

¹¹⁴ SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

tot meer verantwoord seksueel gedrag en minder seksueel geweld,¹¹⁵ het uitstellen van de eerste geslachtsgemeenschap en een beter condoom- en anticonceptiegebruik,¹¹⁶ minder seksueel overdraagbare aandoeningen¹¹⁷ en minder ongeplande zwangerschappen.¹¹⁸ Bovendien *draagt RSV bij tot de preventie en bespreekbaarheid van bovengenoemde thema's, wat een preventief effect heeft op de problemen die hieraan gekoppeld zijn.*¹¹⁹ Ten tweede wordt ook aangehaald dat RSV een recht is. Jongeren hebben recht op RSV en op correcte en volledige informatie over seks, anticonceptie en seksuele gezondheid zoals soa's en aids. Bovendien hebben ze ook eigen reproductieve en seksuele rechten. Deze staan neergeschreven in het Charter voor Seksuele en Reproductieve Rechten van het International Planned Parenthood Federation (IPPF). Ze worden erkend in nationale wetgevingen, internationale documenten over mensenrechten en internationaal erkende verklaringen, verdragen en actieprogramma's.¹²⁰ Ten derde zijn opvoeders, ouders en jongeren zelf vragende partij om RSV te integreren *in een educatieve context.*¹²¹

Om een inzicht te krijgen in de rol die SNSs kunnen spelen in de informatievoorziening over seksualiteit bij jongeren, zullen we eerst kijken naar de informatiebehoeften van de jongeren omtrent seksualiteit en welke bronnen ze hiervoor raadplegen.

Informatiebehoeften en –bronnen van jongeren

Onze huidige samenleving is een informatiemaatschappij: er heerst een groot informatieaanbod waaruit jongeren kunnen kiezen om op hun vragen de nodige antwoorden te krijgen.¹²² Omdat een gebrek aan adequate informatie een rol kan spelen in het hebben van een (seksuele) relatie, is het belangrijk dat de RSV – indien ze effectief wil zijn – inspeelt op de vragen en informatiebehoeften van

¹¹⁵ JONKER (M.) & OHLRICHS (Y.) Seksuele moraal en jonge zedendaders: worden grenzen steeds vager? In: *Tijdschrift voor Seksuologie*, 2009, vol. 33, p. 121-125.; SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

¹¹⁶ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol.16, nr. 4, p. 15.; SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

¹¹⁷ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol.16, nr. 4, p. 15.; ABNER (E.), CARLYLE (K.), CUPP (P.), HANSEN (G.), ROBERT (P.A.) & ZIMMERMAN (R.) The effects of a computer-based-pregnancy, STD, and HIV prevention intervention: A nine-school trial. In: *Health Communication*, 2007, vol. 21, nr. 2, 115-124.; SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

¹¹⁸ KIRBY (D.) *Emerging Answers 2007: Research Findings on Programs to Reduce Teen Pregnancy and Sexually Transmitted Diseases*. Washington, The National Campaign to Prevent Teen Pregnancy, 2007, p.4.; SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

¹¹⁹ SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.; TCOCAM. Sexuality, Contraception, and the Media. In: *Pediatrics*, 2010, pp. 578.

¹²⁰ PEETERS (K.) *Relationele en seksuele vorming. Handboek voor secundair onderwijs*. Antwerpen, Garant, p. 17.; LYON (M.), ROGERS (J.) & SUMMERS (D.) Abstinence-only education policies and programs: a position paper of the Society for Adolescent Medicine. In: *Journal of Adolescent Health*, 2006, vol. 38, p. 84.

¹²¹ SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.7.

¹²² DE CLERCK (M.L.), EGGERMONT (S.), OPGENHAFFEN (M.), VANDENBOSCH (L.) *Een onderzoek naar de informatiebehoeften van kinderen, tieners en jongeren. Een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Vlaams Informatiepunt Jeugd*. Leuven, Leuven school for mass communication research, 2008, p. 10.

jongeren. Daarom is het belangrijk om inzicht te hebben in de informatiebehoefte die jongeren vandaag hebben en welke informatiekanalen en -bronnen zij hiervoor aanspreken.¹²³

De Clerck e.a. (2008) onderzochten de informatiebehoefte van Vlaamse tieners (van 12 tot 18 jaar) en jongvolwassenen (van 18 tot 25 jaar). Het einddoel van hun studie was om aanbevelingen te doen om tot een effectieve aftstemming van informatievoorziening te komen die beantwoordt aan de eisen en verwachtingen van deze tieners en jongvolwassenen.¹²⁴

Het onderzoek toont aan dat seksualiteit geen hoofdbekommernis is voor tieners en jongvolwassenen. Bij de tieners zijn de vijf voornaamste bekommernissen onbehagen over school; gevolgd door toekomstig geluk; schoolprestaties; problemen met vrienden; en de toekomstige job. Het thema 'relationele aspecten en seksualiteit' neemt slechts de 24^{ste} plaats in op de hiërarchie van hun bezorgdheden, gevolgd door het thema 'seksueel slachtofferschap' op plaats 25.¹²⁵ De cluster 'relationele aspecten en seksualiteit' omvat de bezorgdheid van tieners over hoe ze zich voelen op seksueel gebied, de bekommernis dat ze zich niet op hun gemak voelen als ze personen van het andere geslacht ontmoeten en de zorg of ze het goed doen op verschillende aspecten op seksueel vlak.

We bemerken dat de studierichting en het –jaar invloed hebben op de mate waarin de tieners zich zorgen maken over relationele aspecten van seksualiteit. Wat betreft de studierichting maken tieners uit het TSO zich meer zorgen over relationele aspecten van seksualiteit dan tieners uit het BSO. Wat betreft het studiejaar bemerken we dat tieners uit het derde middelbaar zich meer zorgen maken over seksualiteit dan tieners uit het eerste middelbaar.¹²⁶

De jongvolwassenen (van 18 tot 25 jaar) maken zich meer zorgen omtrent relaties en seksualiteit dan de tieners. Het aspect 'relaties en seksualiteit' staat bij hen op 15^{de} plaats. Op plaats 20 staat 'partnerrelaties' en op de 30^{ste} plaats 'seksueel slachtofferschap'. De zorgen die jongvolwassenen hebben over relaties en seksualiteit kunnen gegroepeerd worden in seks, of ze het goed doen op seksueel vlak en hoe ze zich erbij voelen, en hoe ze zich voelen i.v.m. de veranderingen die hun lichaam doormaakt.

Bij de jongvolwassenen is er een significant verschil op basis van de leeftijd. Jongvolwassenen tussen 18 en 21 jaar maken zich meer zorgen over relaties en seksualiteit dan de 21- tot 25-jarigen. Ook maken jongvolwassenen die niet werken zich meer zorgen dan zij die wel werken. Ten slotte blijkt uit het onderzoek dat jongvolwassenen die vrijgezel zijn zich meer zorgen maken over de relationele aspecten van seksualiteit dan de jongvolwassenen met partner.¹²⁷

¹²³ IDEM, p. 67.

¹²⁴ IDEM, p. 8.

¹²⁵ IDEM, p. 67.

¹²⁶ IDEM, p. 83.

¹²⁷ IDEM, p. 137-138.

De informatiebronnen die tieners en jongvolwassenen raadplegen zijn afhankelijk van leeftijd en achtergrond (zie tabel 2 en 3). Zowel bij tieners als bij jongvolwassenen zijn naaste vrienden de eerste bron bij het raadplegen van informatie over seksualiteit.¹²⁸ Dit komt overeen met eerder onafhankelijk onderzoek van SENSOA (2011) naar Vlaamse jongeren, In Petto (1999) over allochtone jongeren in Vlaanderen en Divecha e.a. (2012) over Amerikaanse adolescenten met een laag inkomen.¹²⁹

De rol van de ouders is afhankelijk van de leeftijdscategorie waarin de jongeren zich bevinden. Naar gelang de jongeren meer in hun adolescentie (van 15 tot 20 jaar) komen vermindert de rol van de ouders als informatiebron. Bij de jongvolwassenen zijn ouders het vierde aanspreekpunt. Bij de tieners staan de ouders op de tweede plaats, wat betreft vragen omtrent seksualiteit. Opvallend zijn de verschillen tussen tieners van verschillende studierichtingen. Van de drie studierichtingen zouden meer tieners uit het TSO een vriend(in) en/of de ouders raadplegen.¹³⁰ Onderzoek van In Petto (1999) naar relationeel en seksueel welzijn bij maatschappelijk kwetsbare jongeren wees uit dat allochtone jongeren in Vlaanderen thuis niet of nauwelijks worden voorgelicht. Ook basisinformatie over hun lichaam, en menstruatie en zwangerschap bij de meisjes, wordt weinig in de thuisomgeving meegedeeld. In veel gevallen wordt verondersteld dat ze seksuele opvoeding meekrijgen op school.¹³¹

Het onderzoek van De Clerck wijst echter op het feit dat tieners hun school niet zien als de voornaamste bron van informatie over seks en relaties. Ook onafhankelijk Vlaams onderzoek toont aan dat de rol van de school niet eenzijdig is. Enerzijds geven jongeren aan dat ze RSV willen en de school hiervoor een goede plaats vinden. Wel voldoen Vlaamse scholen niet volledig aan de informatiebehoeften van de jongeren. Deze laatste ervaren de RSV op school eerder als beperkt en fragmentarisch.¹³² Volgens bijna één op de vier leerlingen wordt er te weinig aandacht besteed aan relaties en seksualiteit op school. Bovendien is deze vorming beperkt tot voorlichting over de technisch-biologische aspecten en veilig vrijen. Jongeren willen meer informatie over seksueel plezier, relatievorming en seksuele oriëntatie, tienerzwangerschap en zwangerschapsbeëindiging. Ook bij

¹²⁸ IDEM, p. 97.

¹²⁹ SENSOA Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 9.; IN PETTO *Relationeel en seksueel welzijn bij maatschappelijk kwetsbare jongeren 1999*. <http://www.inpetto-jeugddienst.be/LinkClick.aspx?fileticket=552F46756D43377875684D3D> Datum van raadpleging: 12 december 2012, p. 51.; DIVECHA (Z.), DIVNEY(A.), ICKOVICS (J.) & KERSHAW (T.) Tweeting about testing : do low-income, parenting adolescents and young adults use new media technologies to communicate about sexual health? In: *Perspectives on sexual and reproductive health*, 2012, vol. 44, nr. 3, pp. 176 – 183.

¹³⁰ DE CLERCK (M.L.), EGGERMONT (S.), OPGENHAFFEN (M.), VANDENBOSCH (L.) *Een onderzoek naar de informatiebehoeften van kinderen, tieners en jongeren. Een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Vlaams Informatiepunt Jeugd*. Leuven, Leuven school for mass communication research, 2008, p 97.

¹³¹ IN PETTO Jeugddienst Informatie en Preventie. *Relationeel en seksueel welzijn bij maatschappelijk kwetsbare jongeren*. <http://www.inpetto-jeugddienst.be/LinkClick.aspx?fileticket=552F46756D43377875684D3D> Datum van raadpleging : 12 december 2012, p. 52.

¹³² SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.8.; VLAAMSE SCHOLIERENKOEPEL *Is seksuele opvoeding passé. Advies relationele en seksuele vorming op school 2010*. http://www.scholierenkoepel.be/sites/default/files/wysiwyg/advies_rsv_op_school_2010-09-11.pdf. Datum van raadpleging: 17 januari 2013, p. 3-4.

allochtone meisjes beantwoordt de school niet altijd aan de informatiebehoefte. Zo hebben allochtone meisjes slechts weinig kennis over hun lichaam en zitten ze met vragen over thema's zoals de menstruatie en het maagdenvlies.¹³³

Anderzijds geven jongeren aan dat hun school vaak geen veilige omgeving is voor het stellen van vragen over seks. Zij vinden dat dit een barrière vormt om juiste en onbevooroordeelde informatie te verkrijgen over onder andere anticonceptie.¹³⁴

Broers en zussen worden bij de tieners en jongvolwassenen geraadpleegd als respectievelijk vierde en vijfde informatiebron. Hierbij valt op dat significant meer tieners uit het BSO zich richten tot hun broer of zus.¹³⁵

Bij de jongvolwassenen is de krant de tweede belangrijkste informatiebron, bij de tieners komt de krant niet voor als informatiebron omtrent seksualiteit en relaties.¹³⁶

Opvallend is dat het percentage Vlaamse tieners dat aangeeft nergens terecht te kunnen met hun vragen (zie tabel 2). Hierbij geeft zelfs 23% van de BSO tieners aan nergens terecht te kunnen voor het verkrijgen van informatie omtrent relaties en seksualiteit. Dit opent perspectieven voor het laagdrempelige internet en SNSs.

TOP5 huwelijk & seksuele relaties	bron1	bron2	bron3	bron4	bron5
ASO	vriend(in) (27.8%)	ouders (26.3%)	nergens (18.7%)	broer/zus (8.8%)	internet (9.4%)
TSO	vriend(in) (48.1%)	ouders (31.7%)	nergens (11.9%)	broer/zus (15.2%)	internet (14.0%)
BSO	vriend(in) (20.1%)	ouders (19.5%)	nergens (23.0%)	broer/zus (16.7%)	internet (7.5%)

Tabel 2: Informatiebronnen tieners (12-18) voor seksualiteit.¹³⁷

¹³³ SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, p.8.

¹³⁴ IBIDEM.

¹³⁵ DE CLERCK (M.L.), EGGERMONT (S.), OPGENHAFFEN (M.), VANDENBOSCH (L.) *Een onderzoek naar de informatiebehoefte van kinderen, tieners en jongeren. Een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Vlaams Informatiepunt Jeugd*. Leuven, Leuven school for mass communication research, 2008, p 97.

¹³⁶ IBIDEM.

¹³⁷ IBIDEM.

TOP5 huwelijk & seksuele relaties	bron1	bron2	bron3	bron4	bron5
mannen	vriend(in) (32.2%)	krant (19.0%)	schoolmat (19.0%)	ouders (12.4%)	broer/zus (9.1%)
vrouwen	vriend(in) (33.2%)	krant (26.4%)	schoolmat (17.9%)	ouders (13.4%)	broer/zus (7.1%)

Tabel 3: Informatiebronnen jongeren (18-25) voor seksualiteit.¹³⁸

Uit het onderzoek van De Clerck e.a. blijkt dat het internet - zowel bij tieners als jongvolwassenen - niet de meest gebruikte bron is voor het verkrijgen van informatie omtrent seksualiteit en relaties. Bij de jongvolwassenen komt het internet niet aan bod in hun top vijf van gebruikte informatiebronnen. Bij tieners daarentegen neemt het internet de vijfde plaats in. Gemiddeld 10% van de tieners gebruikt het internet om informatie op te zoeken omtrent seksualiteit en relaties.¹³⁹ Bovendien varieert het internetgebruik naargelang de studierichting van de tieners: tieners uit het BSO (7.5%) gebruiken minder het internet in hun zoektocht naar seksuele informatie dan tieners uit het ASO (9.4%) en TSO (14%).¹⁴⁰

Ander wetenschappelijk onderzoek geeft een iets hoger internetgebruik weer met betrekking tot het opzoeken van informatie over seks en relaties. Vlaams onderzoek uit 2005 indiceert dat 22.9% van de jongeren tussen 15 en 21 het internet gebruikt als informatiebron wanneer ze vragen hebben over seksualiteit.¹⁴¹ Volgens Brown, Keller en Stern (2009) halen een kwart van de online Amerikaanse tieners informatie over seks, soa's en zwangerschap van het internet.¹⁴² Onderzoek van De Graaf en Vanwesenbeeck (2006) naar Nederlandse jongeren tussen 12 en 21 jaar vermeldt zelfs dat 1 op 2 meisjes en 3 op 4 jongens informatie over seks van het internet halen.¹⁴³

De effecten en de rol van het internet

Hoewel het internet niet de voornaamste bron is voor het raadplegen van seksuele en relationele informatie, wordt het wel degelijk gebruikt hiervoor. Brown, Keller en Stern (2009) moedigen het

¹³⁸ IBIDEM.

¹³⁹ IDEM, p. 93 & 102.

¹⁴⁰ IDEM, p. 97.

¹⁴¹ SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 8.

¹⁴² BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Reseacher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 14.

¹⁴³ DE GRAAF (H.) & VANWESENBEECK (I.) *Seks is een game. Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht, Rutgers Nisso Groep, 2006, p. 10.; SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 8.

gebruik van het internet en nieuwe media aan voor RSV. Nieuwe media met een educatieve meerwaarde kunnen zo tegengewicht bieden aan de vaak stereotiepe seksuele boodschappen die verspreid worden door zowel traditionele als nieuwe media.¹⁴⁴ Ook Vlaams onderzoek bevestigt deze stereotypen zonder educatieve meerwaarde. Vrouwen worden geportretteerd als lustobject en er wordt veeleer een boodschap van vrije seksualiteit en genot verspreid, zonder dat er enige info over veilig vrijen en de gevolgen hiervan wordt gegeven.¹⁴⁵ Bijgevolg krijgen adolescenten geen correcte informatie over soa's, zwangerschappen en seksualiteitsbeleving.¹⁴⁶ Cijfers uit de VS tonen hiervan de problematische gevolgen: De leeftijdsgroep tussen 15 en 24 jaar vertegenwoordigt 25% van de seksueel actieve bevolking. Tegelijk zijn jaarlijks bijna de helft van de soa besmettingen afkomstig van deze groep en hebben de VS nog steeds het hoogste aantal tienerzwangerschappen in de westerse wereld.¹⁴⁷ Brown, Keller en Stern pleiten daarom voor gerichte en voorlichtende online informatiecampagnes zodat jongeren een reëel beeld kunnen creëren van zowel het plezier van seks als de risico's ervan.¹⁴⁸

Slechts enkele nieuwe media initiatieven die gericht zijn op de seksuele gezondheid van adolescenten zijn reeds geëvalueerd.¹⁴⁹ Op basis van de schaarse academische studies die hierover zijn gedaan worden de voor- en nadelen van online voorlichtingssites besproken.

Online sites die zich richten tot de seksuele gezondheid en ontwikkeling van jongeren worden als kosteneffectief ervaren. In 2003 werd het project 'It's Your Sex Life' gelanceerd met als doel jongeren tussen 16 en 24 te bereiken. Het project werkte samen met de muziekzender MTV en lanceerde een campagne waarbij het gebruik maakte van TV-programma's, TV-reclame en een allesomvattende website. De evaluatie van het project toonde aan dat diegenen die de campagne hadden gezien sneller geneigd waren om een condoom te gebruiken, hun eerste keer uit te stellen en meer met hun partner over seks praatten.¹⁵⁰ Ander Amerikaans onderzoek van Ybarra en Suman (2008) gaf ook aan dat 41% van de adolescenten hun gedrag veranderd was omwille van de informatie die ze online vonden.¹⁵¹

De jongerenwebsite allesoverseks.be van SENSOA die vragen over seks en relaties beantwoordt past ook in dit rijtje. Sinds de lancering van de website is er een steeds groeiend aantal bezoekers, van 20

¹⁴⁴ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 12.

¹⁴⁵ SENSOA. *Feiten en Cijfers: Jongeren, seksualiteit en internet*. Antwerpen, SENSOA, 2009, p. 4.

¹⁴⁶ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 12.

¹⁴⁷ TCOCAM. Sexuality, Contraception, and the Media. In: *Pediatrics*, 2010, pp. 576.

¹⁴⁸ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 12.

¹⁴⁹ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 15.

¹⁵⁰ IBIDEM.

¹⁵¹ SUMAN (M.) & YBARRA (M.L.) Reasons, assessments and actions taken: sex and age differences in uses of Internet health information. In: *Health Education Research*, 2008, vol. 23, nr. 3, p. 517.

000 per maand in september 2008 tot meer dan 80 000 per maand in augustus 2011.¹⁵² Het succes van deze site en de facebookpagina die eraan gekoppeld is, wordt onderzocht in het empirisch deel van deze masterproef.

Ten tweede halen verschillende binnen- en buitenlandse auteurs aan dat online bronnen een zekere anonimiteit bieden. Het zet tieners aan om vragen te stellen en informatie op te zoeken over oncomfortabele en genante onderwerpen waarover ze zich geremd voelen om te praten met bijvoorbeeld vrienden of ouders.¹⁵³ Volgens de Vlaamse vzw Jeugd en Seksualiteit verkiezen jongeren om vooral op een anonieme manier vragen te stellen op hun website jeugdseksualiteit.be. De meest voorkomende vragen hebben betrekking op de onderwerpen veilig vrijen, anticonceptie, zwangerschap en soa's.¹⁵⁴

Ten derde kan internet (en ook SNSs) als platform dienen voor (seksuele) identiteitsopbouw en seksuele zelfexpressie.¹⁵⁵ Het internet biedt een ruimte voor tieners waar ze kunnen experimenteren met ideeën en mogelijke beslissingen die ze willen maken. Bovendien biedt het internet de kans aan seksueel onderdrukte groepen om hun seksuele geaardheid te verkennen en er openlijk over te praten. Onderzoek naar holebi-jongeren verwees naar de waarde van het internet voor hun zelfontplooiing. Op het internet kunnen ze praten over hun seksuele identiteit en partners. Ze kunnen er vrienden zoeken en praten over de seksuele aspecten van hun leven. Voor deze groepen ligt dit laatste vaak moeilijk in de offline wereld.¹⁵⁶

Ten vierde is het internet zeer goed ingeburgerd in de westerse wereld, waardoor jongeren op alle momenten op een gemakkelijke en laagdrempelige manier bereikt kunnen worden.¹⁵⁷

¹⁵² SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 8.

¹⁵³ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 14.; SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 9.; BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in TheirSpace: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, p.4.; HASINOFF (A.) Sexting as media production : Rethinking social media and sexuality. In : *New Media & Society*, 2012, vol. 10, p. 12.

¹⁵⁴ JEUGD EN SEKSUALITEIT *Noden en behoeften bij jongeren rond relaties en seksualiteit in 2011*.

<http://www.jeugdseksualiteit.be/dossiers/Verslag%20noden%20en%20behoefte%20van%20jongeren%20rond%20relaties%20en%20seksualiteit%20in%202011.pdf> Datum van raadpleging: 15 december 2012, p.2.; SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, p. 9.

¹⁵⁵ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 14.

¹⁵⁶ BOND (B.J.), DROGOS (K.L.) & HEFNER (V.) & DROGOS (K.L.) Information-Seeking Practices during the Sexual Development of Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals: The Influence and Effects of Coming Out in a Mediated Environment. In: *Sexuality & Culture*, 2009, vol. 13, nr. 1, p. 32.

¹⁵⁷ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 14.; BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 43.

Bovendien zijn er ook aandachtspunten die betrekking hebben op het gebruik van nieuwe media en seksuele informatie.

Ten eerste moet de kwaliteit van de site gegarandeerd zijn. Onderzoek toont aan dat adolescenten niet altijd goed kunnen inschatten of websites ook correcte informatie aanbieden.¹⁵⁸ Onderzoek van Custers en Mortelmans (2006) naar de informatiebehoefte van Vlaamse jongeren onderschrijft deze stelling. Vlaamse jongeren gebruiken vooral de zoekmachine Google en kiezen vooral websites die direct toegankelijk zijn. Hierdoor komen zij in vele gevallen op websites terecht die betrouwbaar noch kwaliteitsvol zijn.¹⁵⁹ Deze bevinding werd ook opgenomen in het onderzoek van De Clerck.¹⁶⁰ Bovendien versterken sociaal-economische en culturele factoren deze dynamiek. Cecchino en Morgan (2009) concludeerden dat Amerikaanse adolescenten met beperkte geletterdheid (die bovendien ook nog eens gevoeliger zijn voor het krijgen van soa's) meer dialect gebruiken in plaats van juiste medische termen bij het opzoeken van seksuele informatie. Hierdoor komen de jongeren terecht op sites van mindere kwaliteit.¹⁶¹

De tweede valkuil is dat tieners door deze nieuwe media zich gaan weg richten van de echte mensen in hun leven (ouders, vrienden, leraars en dokters) die meestal de situatie beter kunnen inschatten en oplossingen op maat kunnen bieden.¹⁶² Echter, empirisch onderzoek van Ralph, Berglas, Schwartz en Brindis (2011) beweerde dat het hebben van online toegang tot seksuele informatie de interpersoonlijke interactie in de offline wereld niet zal vervangen.¹⁶³

Sociale netwerksites (SNSs)

Over de rol van SNSs in RSV is zo goed als geen onderzoek gedaan. Bijgevolg zijn er ook geen betrouwbare cijfers over het gebruik van SNSs als informatiebron omtrent seksualiteit en over de rol van SNSs in RSV in het algemeen. Op basis van de beperkte literatuur wordt vermoed dat SNSs zeer weinig worden gebruikt als informatiebron voor seksualiteit. In het Amerikaans onderzoek van Sei-

¹⁵⁸ DAVIES (R.K.), DOUGLAS (M.H.), FIDEL (R.), HOLDER (J.K.) e.a. A visit to the information mall: Web searching behavior of high school students. In: *Journal of the American Society for Information Science*, 1999, vol. 50, nr. 1, p. 34-35.

¹⁵⁹ CUSTERS (K.) & MORTELMANS (D.) Jongereninformatie in Vlaanderen: eindrapport. Universiteit Antwerpen, Antwerpen, 2006, p. 234.

¹⁶⁰ DE CLERCK (M.L.), EGGERMONT (S.), OPGENHAFFEN (M.), VANDENBOSCH (L.) *Een onderzoek naar de informatiebehoefte van kinderen, tieners en jongeren. Een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Vlaams Informatiepunt Jeugd*. Leuven, Leuven school for mass communication research, 2008, p 195.

¹⁶¹ CECCHINO (N.J.) & MORGAN (S.E.) Use of Urban Adolescent Natural Language to Access Sexual Health Information and Education. In: *Journal of Consumer Health on the Internet*, 2009, vol. 13, p. 31-41.

¹⁶² BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 14.

¹⁶³ BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 38-49.

Ching en Kyung-Sun (2013) kwam seksualiteit niet aan bod bij de thema's waarover informatie werd opgezocht via SNSs.¹⁶⁴ Onderzoek van Divecha, Divney, Ickovics en Kershaw (2012) bevestigt het beperkt gebruik van SNSs om seksuele thema's te bespreken. De auteurs onderzochten de bereidheid van 94 Amerikaanse jongvolwassenen om seksuele thema's te bespreken via nieuwe mediatechnologie. Alle respondenten beschikten over een laag inkomen. Als resultaat kwam naar boven dat de respondenten gebruik maakten van nieuwe media en SNSs. Toch verkozen velen om conversaties over seksualiteit te hebben van persoon tot persoon en niet via deze nieuwe media. De participanten wilden dergelijke conversaties liever face-to-face voeren, eerder dan de gesprekken telefonisch of via tekstberichten te houden. Slechts enkele participanten waren bereid om deze zaken te bespreken via SNSs.¹⁶⁵

Het onderzoek van Suzuki en Calzo (2004) wijst op een indirecte manier naar het nut van SNSs voor RSV. Hun studie dateert van 2004, vóór dat de SNSs hun opmars kenden, maar de conclusies van hun onderzoek zijn ook valide voor de SNSs van vandaag. De auteurs onderzochten twee discussiefora op een populaire publieke website over medische gezondheid. De fora waren speciaal ontworpen voor tieners en behandelden respectievelijk algemene tienerzaken en tienerseksualiteit. Suzuki en Calzo kwamen tot de conclusie dat romantische relaties enerzijds en seksuele gezondheid anderzijds de meest besproken onderwerpen waren op het twee tienerfora. Deze discussiefora boden daarbij allerlei informatie en suggesties. Leeftijdsgenoten zorgden er eveneens voor morele steun omtrent het onderwerp. Op deze discussiefora leerden adolescenten van elkaar hoe ze een condoom moesten omdoen, wat ze mochten verwachten wanneer ze bij een arts een uitstrijkje lieten afnemen en hoe ze soa's moesten vermijden. De tieners kregen er de nodige informatie over hun lichaam en seksualiteit.¹⁶⁶ Ze kregen er antwoorden op vragen die soms te moeilijk waren om aan vrienden, ouders en leerkrachten te stellen in een face-to-face situatie.¹⁶⁷ Dit biedt perspectieven voor de rol van SNSs. Ten eerste toont dit onderzoek het nut aan van discussiefora voor jongeren over relationele en seksuele vorming. Ten tweede kunnen deze fora ook plaatsvinden op populaire SNSs zoals Facebook onder de vorm van discussiegroepen en facebookpagina's.¹⁶⁸

¹⁶⁴ KYUNG-SUN (K.) & SEI-CHING (J.S.) International students' everyday life information seeking: the international value of social networking sites. In: *Library and Information Science Research*, 2013, vol. 33, p. 111.

¹⁶⁵ DIVECHA (Z.), DIVNEY(A.), ICKOVICS (J.) & KERSHAW (T.) Tweeting about testing: do low-income, parenting adolescents and young adults use new media technologies to communicate about sexual health? In: *Perspectives on sexual and reproductive health*, 2012, vol. 44, nr. 3, pp. 176-183.

¹⁶⁶ CALZO (J.P.) & SUZUKI (L.K.) The search for peer advice in cyberspace: An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality. In: *Applied Developmental Psychology*, 2004, vol. 4, p. 685-698.

¹⁶⁷ CALZO (J.P.) & SUZUKI (L.K.) The search for peer advice in cyberspace: An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality. In: *Applied Developmental Psychology*, 2004, vol. 4, p. 685-698.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 581.

¹⁶⁸ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1088.

Bull, Breslin, Wright, Levine en Santelli (2010) zijn pioniers in het onderzoek naar het gebruik van SNSs voor RSV. Zij onderzochten hoe Facebook kan ingeschakeld worden om jongeren te informeren over seksuele gezondheid en andere gelijksoortige, intieme onderwerpen. Het doel van het onderzoek was om sociaal achtergestelde jongeren tussen 16 en 25 jaar te engageren in seksuele gezondheidseducatie via Facebook. Volgens de auteurs was hun onderzoek de enige in hun soort.¹⁶⁹

Voor hun onderzoek werd een open facebookgroep gebruikt, zodat iedereen toegang kreeg tot de informatie die erop werd geplaatst. Op de facebookgroep, die de naam Just/Us meekreeg, werd een discussie over seksuele en lichamelijke gezondheid gestart. De jongeren werden uitgenodigd om deel te nemen aan de discussies en konden ook hun facebookvrienden uitnodigen om eveneens aan de conversaties deel te nemen. De auteurs kozen ervoor om de nieuwsberichten uit de facebookgroep te laten verschijnen in de algemene nieuwsberichten zodat de jongeren de updates en posts beter konden volgen. Jongeren waren vrij om deel te nemen aan de discussies en commentaar te geven op de geposte inhoud. Ook konden de jongeren verder klikken op links die verwezen naar een geassocieerde website voor meer informatie.¹⁷⁰ Het onderzoek bracht aan het licht dat Facebook specifieke voordelen biedt om aan jongeren een vorm van educatie rond gezondheid en seksualiteit te bieden. Bovendien hadden bepaalde jongeren nood aan meer RSV aangezien uit het onderzoek ook bleek dat zij er onvoldoende hadden gekregen op school en thuis.¹⁷¹

SNSs, die ingezet worden voor RSV, vertonen een paar sterke punten, maar ook bepaalde aandachtspunten. Net zoals online sites zijn SNSs wijdverspreid en laagdrempelig waardoor ze ideaal zijn om een zeer grote groep jongeren te bereiken die anders niet bereikt zouden kunnen worden. Suzuki en Calzo (2004) en Bull en Santelli (2010) haalden reeds aan dat jongeren dankzij online discussiegroepen en SNSs toegang krijgen tot informatie die ze anders niet of moeilijk krijgen van vrienden, ouders en leerkrachten.¹⁷² Daarenboven weerlegde Amerikaans onderzoek de zogenaamde digitale kloof. Deze stelt dat jongeren van lagere sociale afkomst veel minder toegang hebben tot het internet en sociale media. Meerdere onderzoeken stellen dat jongeren die thuis geen toegang hebben tot het internet hiervoor wel op school en in bibliotheken terecht kunnen. Bovendien zouden tieners uit gezinnen met een gemiddeld lager inkomen meer gebruik maken van sociale media dan tieners afkomstig uit een meer welstellend gezin.¹⁷³

¹⁶⁹ IDEM, p. 1082.

¹⁷⁰ IDEM, p. 1083-1088.

¹⁷¹ IDEM, p. 1085.

¹⁷² IDEM, p. 1082-1083.; BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 38-41.

¹⁷³ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1087.; BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 43.;

Of SNSs even kosteneffectief zijn zoals websites voor RSV kan wegens de beperkte academische literatuur omtrent dit onderwerp niet met zekerheid gestaafd worden. Volgens Brown, Keller en Stern (2009) kunnen SNSs een belangrijke educatieve bron zijn voor seksuele educatie omdat ze discussies en gesprekken faciliteren die bijdragen tot de ontwikkeling van de seksualiteit, relaties en het seksueel gedrag van adolescenten.¹⁷⁴ Bovendien zijn SNSs een stuk interactiever dan online websites.¹⁷⁵ Omwille van deze reden werd de facebookgroep Just/Us opgericht. Jongeren hadden gepleit voor het gebruik van SNSs omdat deze interactiever zijn dan gewone websites.¹⁷⁶ Deze interactiviteit draagt bij tot een meer geoptimaliseerde leerervaring¹⁷⁷ en tot een grotere seksuele zelfexpressie en identiteitsvorming.¹⁷⁸ Jongeren op zoek naar hun identiteit kijken vooral naar hun vrienden en leeftijdsgenoten. Bijgevolg kan advies en steun van vrienden via SNSs belangrijk zijn wanneer tieners en adolescenten romantische relaties aangaan en daarbij eventueel vragen hebben over hun seksuele gezondheid.¹⁷⁹ Jongeren kunnen ook experimenteren met ideeën en mogelijke beslissingen aftoetsen bij hun vrienden.¹⁸⁰

De aandachtspunten van SNS met betrekking tot RSV zijn kwaliteit en privacy. Net zoals bij online sites voor RSV is kwaliteitsgarantie van de informatie een groot aandachtspunt voor SNS. In het onderzoek van Bull e.a. stelden de auteurs daarom regels en voorwaarden op voor het posten van reacties over een intiem onderwerp. Deze ‘posting etiquette’ moest een zekere betrouwbaarheid en kwaliteit van de facebookgroep garanderen. Ongepaste reacties of inhoud werden verwijderd. Bovendien werd de inhoud van de facebookgroep ook kwalitatief op punt gehouden door de

LENHART (A.), PURCELL (K.), SMITH (A.), ZICKUHR (K.) *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Washington, Pew Research Center, 2010, pp. 51.

¹⁷⁴ BROWN, J.D., KELLER, S., en STERN, S., Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media, in: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 12.

¹⁷⁵ BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 15.

¹⁷⁶ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1083.

¹⁷⁷ HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLYER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, 2010, vol. 13, p. 137.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 575.

¹⁷⁸ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1082-1083.; BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 38-41.

¹⁷⁹ TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 580.

¹⁸⁰ IDEM, p. 579.; MITCHEL (C.) & WEBER (S.) *Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies*. In: BUCKINGHAM (D.), *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2008, p. 43.

beheerders ervan. Zij vulden de antwoorden van jongeren omtrent een thema verder aan, om zo de informatiewaarde van de online conversaties in deze facebookgroep te optimaliseren.¹⁸¹

Het grootse aandachtspunt voor SNSs en RSV is de privacy van de gebruikers. Hierin verschillen SNSs als media grotendeels van online websites. Bij online websites geldt anonimiteit eerder als een troef. Bij SNSs is dit eerder een kritiek punt. SNSs en zeker Facebook zijn al vaak het onderwerp van discussies over privacy geweest. Zeker in combinatie met delicate onderwerpen zoals seksualiteit kan dit een invloed hebben op het succes van SNSs in RSV.¹⁸² Bijgevolg kan het best zijn dat jongeren omwille van privacyredenen niet geneigd zijn om toe te treden tot dergelijke online discussiegroepen. Onderzoek van Ralph, Berglas, Schwartz en Brindis (2011) onderschrijft deze stelling. Het onderzoek toonde aan dat tieners niet geneigd zijn om zich te associëren met seksuele content op hun SNS. De auteurs onderzochten de communicatiestrategieën van 21 ziekenhuizen om sociaal kwetsbare jongeren te bereiken via de SNS MySpace met seksuele gezondheidsinformatie over soa's en tienerzwangerschappen. Van de 994 ondervraagde Amerikaanse tieners (tussen 14 en 19 jaar) bleek dat minder dan de helft (41%) bereid was om ziekenhuizen als vriend toe te voegen op hun SNS. De tieners wilden liever informatie per mail ontvangen of naar de website surfen. Een veel aangehaald argument was privacy: vrienden en ouders zouden de online connectie zien en veronderstellingen beginnen maken over hun seksuele activiteit en gezondheid.¹⁸³

Daarom geven Bull e.a. enkele tips mee die ervoor kunnen zorgen dat jongeren zich veilig en vertrouwd voelen in discussiegroepen over seksualiteit. Zowel de beheerders als de gebruikers van de site moeten zich meer bewust zijn van de privacygevolgen van SNSs. Voor wat de beheerders betreft moeten zij maximaal de privacy van de gebruikers garanderen. Ten eerste kan het veiliger zijn de gebruikers hun facebookprofiel of -pagina te laten verlaten alvorens ze kunnen deelnemen aan de discussies. Dit kan door gebruik te maken van links of url-codes op de SNS die naar een veilig discussieplatform leiden. Ten tweede kunnen beheerders, wanneer ze informatie verzamelen over de participanten, de informatie verzamelen onafhankelijk van de SNS. Zo blijft de verzamelde informatie over de respondenten anoniem. Bovendien mag geen andere SNS-gebruiker toegang krijgen tot de verzamelde data.¹⁸⁴ Ten derde kan het ontwerp van de discussiegroep op Facebook aangepast worden zodat de privacy meer gegarandeerd wordt. Zo biedt Facebook de mogelijkheid om te kiezen voor een openbare, besloten of geheime facebook- of discussiegroep. In een openbare facebookgroep kan

¹⁸¹ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1088.

¹⁸² IDEM, p. 1087.

¹⁸³ BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 43.

¹⁸³ IDEM, p. 42-44.

¹⁸⁴ BULL (S.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1082.

iedereen de groep zelf, de leden ervan en de berichten van de groepsleden openlijk bekijken. In een besloten facebookgroep zijn de groep zelf en de leden ervan voor iedereen zichtbaar. De berichten in de besloten groep zijn alleen zichtbaar voor de leden ervan. In een geheime facebookgroep zijn alleen de leden op de hoogte van het bestaan ervan. Alleen zij kunnen dan ook zien wie de andere groepsleden zijn en welke berichten erin worden gepost.¹⁸⁵ Op Facebook kan je eveneens kiezen voor een facebookpagina die voor iedereen toegankelijk is en niet berust op de leden ervan, maar deze zijn dan ook minder gunstig voor het beschermen van de privacy van de gebruiker. Deze pagina's berusten op de fans die ze verwerven of facebookgebruikers die deze willen vind-ik-leuk'en om de berichten die erop verschijnen te volgen.¹⁸⁶

Tot slot moeten ook de gebruikers gewezen worden op de privacygevolgen van SNSs. Onderzoekers hebben reeds gewezen op een privacyparadox: gebruikers vinden privacy belangrijk, maar er circuleert toch meer persoonlijke informatie op de SNSs dan dat de gebruikers ervan vermoeden en willen. Daarom moeten zij meer bewust worden gemaakt van de mogelijk privacyinstellingen en de gevolgen ervan.¹⁸⁷

C. Conclusie literatuur

In deze conclusie antwoorden we op de eerste bijvraag die in de inleiding van deze paper werd opgesteld. De luidt: *'Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van het informeren van jongeren over seks en relaties via sociale netwerksites?'*

SNSs hebben in een korte tijd een prominente rol in het dagelijks leven van jongeren ingenomen. Ze zijn laagdrempelig en bijgevolg zeer wijd verspreid onder de jongeren. Dit wordt in het algemeen gezien als het grootste voordeel van SNSs. Ze stellen ons in staat om jongeren te bereiken die anders veel moeilijker bereikt of betrokken kunnen worden. Op SNSs kan je immers contacten leggen met mensen die je nog nooit ontmoet hebt of nooit fysiek zal ontmoeten. Bijgevolg worden SNSs voor tal van doeleinden gebruikt. De hoofdactiviteit op SNSs is het onderhouden en leggen van contacten. Desalniettemin zien steeds meer bedrijven, scholen, overheden, organisaties en individuen potentieel in SNSs om hun boodschap over te brengen en er hun doelpubliek te verbreden. De SNS Facebook is hierbij de meest gebruikte en populairste.

¹⁸⁵ FACEBOOK <https://www.facebook.com/groups> Datum van raadpleging: 8 mei 2013.

¹⁸⁶ FACEBOOK. https://www.facebook.com/pages/getting_started?page_id=525173830880585#!/addpage Datum van raadpleging: 8 mei 2013.

¹⁸⁷ BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, p. 1088.; BROWN, J.D., KELLER, S., en STERN, S., Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media, in: *The Prevention Researcher*, 2009, vol. 16, nr. 4, p. 15.; TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, p. 582.

Via een literatuurstudie onderzocht ik in welke mate SNSs, en vooral Facebook, ingezet kunnen worden voor informatieve en educatieve doeleinden en in het bijzonder voor RSV. Er moet geconcludeerd worden dat dit een onderbelicht onderzoeksthema is in de academische wereld. Het wetenschappelijk onderzoek omtrent de educatieve en informatieve rol van SNSs spits zich vooral toe op de meerwaarde die SNSs kunnen hebben voor schoolgerelateerde projecten en de educatieve relatie tussen de school en de leerlingen. De onderzoeksresultaten tonen aan dat SNSs een educatieve aanvulling kunnen zijn op traditionele educatieve curricula omdat SNSs een paar educatieve voordelen bieden: ze sluiten meer aan tot de interesses van de leerlingen en ze zijn informeler en interactiever dan traditionele leertrajecten. Dit stimuleert de informatie-uitwisseling tussen de docenten en de leerlingen enerzijds en de leerlingen onderling anderzijds, wat het leerproces ten goede komt.

Een nadeel van SNSs is dat ze eerder als een sociale en privé ruimte worden gezien. Hierdoor zijn jongeren minder geneigd om educatieve projecten op SNSs als serieus te ervaren. Daarenboven zien sommige jongeren en docenten educatieve projecten op SNSs ook als een inbreuk op hun private ruimte.

Voor wat betreft de rol van SNSs in RSV is de literatuur zeer beperkt. Er kan vermoed worden dat SNSs niet de voornaamste informatiebron zijn voor het opzoeken van relationele en seksuele informatie. Dit vermoeden steunt op twee bevindingen. Ten eerste is er het onderzoek van Divecha e.a. (2012) dat aantoonde dat adolescenten eerder niet geneigd zijn om SNSs te raadplegen om seksuele zaken te bespreken of informatie op te zoeken. Echter, grootschalig onderzoek over de rol van SNS als informatiebron voor RSV ontbreekt. Ten tweede zijn er de analyses van binnen- en buitenlandse literatuur die aantonen dat het internet niet de meest frequent geraadpleegde informatiebron is wanneer het aankomt op RSV. Dat zijn namelijk de naaste vrienden. Bijgevolg kunnen we veronderstellen dat SNSs, die via het internet opereren, niet de meest gebruikte informatiebron zijn voor het opzoeken van informatie over relaties en seksualiteit.

Het weinige onderzoek dat verricht is naar de rol van SNSs in RSV ziet wel voordelen in het gebruik van SNSs. Zo kunnen jongeren bereikt worden die anders geen informatie zouden meekrijgen via de ouders, vrienden of school. Het onderzoek van De Clerck e.a. toonde reeds aan dat tussen 12 en 23% van de Vlaamse tieners geen antwoorden vindt op hun vragen over relaties en seksualiteit. Ook kan gezegd worden dat SNSs omwille van hun informaliteit en interactiviteit uitermate geschikt zijn voor informatie-uitwisseling. Bijgevolg kunnen ze de seksuele identiteitsontwikkeling van de jongeren ondersteunen, begeleiden en hen wijzen op de risico's ervan. Het grootste struikelblok om SNSs in te zetten voor RSV is gerelateerd aan de privacy van de gebruikers. Jongeren zijn niet snel geneigd om zich te associëren met gevoelige thema's zoals seksualiteit op de SNSs waarvan ze lid zijn. Vandaar het succes van online websites, zij zijn weliswaar niet zo interactief, maar worden als anoniemer

gezien dan SNSs. Dat verklaart waarom vrienden de voornaamste informatiebronnen zijn voor wat betreft informatie over seksualiteit. Zij kunnen de vertrouwelijkheid garanderen. De grootste uitdaging voor SNSs bestaat er in om privacy te garanderen.

DEEL II: Het empirisch onderzoek

Na de literatuurstudie te hebben vervolledigd zijn we aanbeland bij het empirisch luik van deze paper. In dit gedeelte is het de bedoeling een antwoord te vinden op de probleemstelling die in het eerste deel van deze studie werd opgesteld. Deze luidt als volgt: *‘Wat is de betekenis van sociale netwerksites bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit?’* Ik maak een studie rond de twee laatste bijvragen die werden opgesteld, namelijk *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van de sociale netwerksites die ingezet worden voor de organisatie Allesoverseks?’* en *‘Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?’*

In het volgende onderdeel van deze masterproef maak ik een analyse van hoe allesoverseks.be vandaag sociale netwerksites benut. Daarom starten we in dit empirisch gedeelte met het in kaart brengen van de werking van de organisatie SENSOA en de website allesoverseks.be.

Vervolgens bespreek ik de methoden die ik heb gehanteerd voor het empirisch onderzoek. Via gesprekken in focusgroepen en een drop-off probeer ik te weten te komen hoe allesoverseks.be op de populairste netwerksites door de jongeren wordt onthaald.

Daarna maak ik van de afgenomen ondervragingen een analyse. Daarbij een overzicht wordt gemaakt van de verschillende onderzoeksbevindingen.

In het volgende deel tracht ik, door een vergelijking te maken van de onderzoeksresultaten in de literatuur en de empirische studie, een antwoord te vinden op één van de onderzoeksvragen die aan het begin van deze masterproef aan bod zijn gekomen.

Ten slotte stel ik enkele beleidsaanbevelingen zodat organisaties zoals allesoverseks.be de seksuele en relationele vorming van jongeren in de toekomst kunnen optimaliseren. Hier wordt op de laatste bijvraag antwoord geboden.

D. SENSOA & allesoverseks.be: toelichting

1. SENSOA

Op de website van SENSOA kunnen we lezen hoe de organisatie zichzelf beschrijft. Ze beschrijft zichzelf als een dynamische organisatie, die niet enkel reageert maar ook anticipeert op toekomstige

ontwikkelingen. SENSOA wil zijn doelstellingen realiseren door met zoveel mogelijk externe partners samen te werken. *Evidence based* werken is essentieel.¹⁸⁸

SENSOA benadert niet alleen een algemeen publiek van jongeren en volwassenen. Deze organisatie ontwikkelt ook educatief materiaal en sensibiliserende campagnes en ijvert tevens voor een betere toegang tot seksuele en reproductieve zorg voor kwetsbare groepen.¹⁸⁹

Ten slotte verdedigt SENSOA de seksuele rechten. Iedereen heeft recht op een maximale ontplooiing van de eigen seksualiteit, waarbij er toestemming is van alle betrokkenen en men zichzelf en de ander geen schade toebrengt.¹⁹⁰

Toch betekent dit meer dan alleen deze beschrijving. Wie verder surft op de officiële website kan lezen dat SENSOA als organisatie gesteund wordt door de Vlaamse overheid. Meer zelfs, ze is het enige expertisecentrum voor seksuele gezondheid in Vlaanderen. Als expert ter zake wil ze de seksuele gezondheid van de Vlaming bevorderen, maar dit binnen een internationaal perspectief. Dat doet ze via verschillende diensten en websites die hieronder kort worden besproken. Deze kunnen we ook vinden onder de verschillende actieterreinen van SENSOA.¹⁹¹

Om haar doel te bereiken begeeft SENSOA zich op zes actieterreinen. Elk actieterrein richt zich tot een specifieke doelgroep. De verschillende zijn: jongeren, volwassenen, homomannen, seropositieven, kwetsbare migranten en internationale strategie. Elk van deze actieterreinen heeft een duidelijke strategische doelstelling¹⁹²:

SENSOA wil onder andere de relationele en seksuele vorming van jongeren bevorderen. Een concreet voorbeeld daarvan is de website *allesoverseks.be*. Deze is gericht tot jongeren van 15 tot 25 jaar. SENSOA wil ook het brede publiek informeren over seksuele gezondheid. Dit doet ze via *seksualiteit.be*, een website over seksuele gezondheid voor volwassenen. Ouders van kinderen vinden er tevens informatie over seksuele opvoeding die hun kinderen krijgen op school. SENSOA wil eveneens de impact van hiv en soa's op de seksuele gezondheid van homoseksuele mannen beperken. Deze groep kan terecht op de website *mannenseks.be*, de 'gay site' van SENSOA. Ook de integratie van mensen besmet met het hiv-virus bevorderen vindt SENSOA belangrijk. De impact van hiv op hun seksuele gezondheid is groot en moet zoveel mogelijk worden beperkt. Met deze doelstelling voor ogen werden de website *levenmethiv.be* en de dienstverlening van *Sensoa Positief* opgericht.

¹⁸⁸ SENSOA <http://www.sensoa.be/over-sensoa> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁸⁹ SENSOA <http://www.sensoa.be/over-sensoa> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁹⁰ SENSOA <http://www.sensoa.be/over-sensoa> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁹¹ SENSOA <http://www.sensoa.be/organisatie> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁹² SENSOA <http://www.sensoa.be/actieterreinen> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

Ook wil SENSOA interventies rond seksuele gezondheid naar kwetsbare migranten versterken. SENSOA organiseert netwerkdagen rond dit thema, ontwikkelt educatief materiaal en bracht de brochure 'Uw seksuele gezondheid' uit in diverse talen.

Ten slotte besteedt SENSOA aandacht voor seksuele en reproductieve gezondheid en rechten in het internationale beleid. Zo ondersteunt ze de Parlementairen voor de Millenniumdoelstellingen en organiseert ze sensibiliserende acties.¹⁹³

Doelstellingen zijn nodig wanneer je als organisatie een missie voor ogen hebt. SENSOA's missie, die ook op de website te lezen valt, luidt als volgt:

“Sensoa wil als expertisecentrum de seksuele gezondheid in Vlaanderen bevorderen, binnen een internationaal perspectief.

We vertrekken daarbij vanuit de definitie van ‘seksuele gezondheid’ van de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO). Seksuele gezondheid is meer dan louter de afwezigheid van ziekte en het voorkomen van risico's van ongeplande zwangerschap, seksueel grensoverschrijdend gedrag, seksueel overdraagbare aandoeningen en hiv.

Er moet ook aandacht zijn voor de plezierige en aangename kanten van seksualiteit. Dat vertaalt zich in een positieve, respectvolle benadering van seksualiteit en seksuele relaties.

Voor Sensoa is seksuele gezondheid bovendien onlosmakelijk verbonden met de promotie en bescherming van de seksuele rechten. Wij vinden dat seksuele rechten moeten worden gerespecteerd, beschermd en gerealiseerd, zodat iedereen zijn of haar seksualiteit vrij van dwang, discriminatie en geweld kan beleven.”¹⁹⁴

Om het doel en de vooropgezette missie na te streven beoefent SENSOA enkele activiteiten. De eerste is het onderzoeken en analyseren van relevante maatschappelijke ontwikkelingen en tendensen en het vertalen van actieprogramma's naar specifieke doelgroepen. Een andere activiteit die SENSOA beoefent is het verstrekken van informatie en geven van advies naar het grote publiek toe, onder andere via digitale weg. SENSOA garandeert vorming, opleiding en training gericht naar intermediairs en ontwikkelt een draagvlak voor seksuele gezondheid en rechten. Tevens biedt SENSOA ondersteuning inzake beleidsvoorbereiding en beleidsuitvoering, zowel gericht op overheden als op beleidsmakers van relevante sectoren of instellingen.¹⁹⁵

¹⁹³ SENSOA <http://www.sensoa.be/actieterreinen> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁹⁴ SENSOA <http://www.sensoa.be/missie-en-visie> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

¹⁹⁵ SENSOA <http://www.sensoa.be/activiteiten> Datum van raadpleging: 15 oktober 2012.

2. allesoverseks.be

SENSOA heeft als doel de relationele en seksuele vorming van jongeren te bevorderen.¹⁹⁶ Met dit doel voor ogen werd eind 2008 de website allesoverseks.be gelanceerd.¹⁹⁷ Zich richtend tot een grote, maar belangrijke groep Vlaamse jongeren van 15 tot 25 jaar oud poogt deze website, door het verschaffen van informatie en het geven van advies, jongeren te doen opgroeien tot seksueel gezonde volwassenen. In 2011, amper 3 jaar na de oprichting, verwelkomde de site jaarlijks al meer dan 1 miljoen bezoekers en is deze ondertussen uitgegroeid tot de informatiebron bij uitstek over seks en relaties voor jongeren.¹⁹⁸

Om het zoeken naar specifieke informatie omtrent seksualiteit te vergemakkelijken staat op de homepage van allesoverseks.be een aantal buttons.

De eerste button in de reeks is de ‘Woordwolk’. Daarin staat, in alfabetische volgorde, een aantal kernwoorden die elk op zich gerelateerd kunnen worden aan seksualiteit, relaties, liefde of seksuele gezondheid. Jongeren vinden hier snel de thema’s terug waarover ze specifieke vragen hebben.¹⁹⁹

Achter de button ‘Topic van de week’ schuilen nieuwtjes over de website en informatie die door allesoverseks.be boeiend wordt geacht voor die specifieke doelgroep.²⁰⁰

Allesoverseks staat ook bekend om de ‘Verhalen’ over ervaringen met seks, liefde en relaties die regelmatig op de website worden gepost. Deze verhalen worden in de eerste plaats geschreven door vrijwilligers bij SENSOA die zelf tot de leeftijdsgroep van 15 tot 25 jaar behoren. De lezers kunnen ook zelf hun verhalen insturen. Dat jongeren kunnen leren uit de ervaringen van hun leeftijdsgenoten wordt door Allesoverseks als relevant geacht voor de vorming rond seksualiteit.²⁰¹

In de rubriek ‘In het nieuws’ wordt aandacht besteed aan de actualiteit. Alles wat in de media verschijnt over seksualiteit, liefde en relaties en gezondheid, zoals bijvoorbeeld wetenschappelijke onderzoeken, publiceert Allesoverseks online. Het nieuws wordt gebracht met een vernieuwde en verjongde invalshoek, dit om zoveel mogelijk jongeren te kunnen bereiken. De nieuwsberichten worden geschreven door zowel werknemers van SENSOA als vrijwilligers.²⁰²

¹⁹⁶ CRUYSSAERT (B.) voor SENSOA. *Jaarrapport 2011 Sensoa*. Lambrechts en Sensoa VZW, 2011, pp. 32.

¹⁹⁷ SENSOA. *Sensoa 360°*. Antwerpen, SENSOA, 2007, p. 9.

¹⁹⁸ CRUYSSAERT (B.) voor SENSOA. *Jaarrapport 2011 Sensoa*. Lambrechts en Sensoa VZW, 2011, pp. 32.

¹⁹⁹ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/woordwolk/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁰ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/cms/topic-van-de-week/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰¹ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/verhalen/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰² ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/in-het-nieuws/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

Ook heeft allesoverseks.be een eigen 'Forum' opgestart. Hier kunnen jongeren hun mening kwijt over allerlei onderwerpen zoals seks, het lichaam, homoseksualiteit, etc.²⁰³

Allesoverseks doet ook zelf aan onderzoek. De doelstelling van de website is niet alleen informatie verschaffen, maar ook de nodige informatie en gegevens verkrijgen van de bezoekers. Op de pagina 'Poll' kunnen jongeren regelmatig anoniem deelnemen aan korte enquêtes. Op die manier verzamelt Allesoverseks antwoorden op wat voorheen nog onbeantwoord was over seks, relaties en liefde in die leeftijdscategorie. Ook wordt op deze wijze een duidelijker beeld gevormd van het profiel van zij die naar de website surfen.²⁰⁴

Niet alleen kunnen jongeren terecht bij SENSOA en allesoverseks.be met al hun vragen en problemen over seksualiteit, onder 'Links en adressen' kunnen zij de informatiegegevens terugvinden van partnerorganisaties en -instellingen zoals abortuscentra, apothekers van wacht, de Holebifoon, etc.²⁰⁵

Onder 'Campagne' worden de campagnes die door SENSOA worden gevoerd rond seksualiteit bij jongeren voorgesteld.²⁰⁶

Niet alleen de buttons vergemakkelijken het zoeken naar specifieke informatie rond seksualiteit. De zoekbalk 'Stel hier je vraag... of zoek een woord', die een centrale plaats op de homepagina inneemt, moet deze zoektocht nog vereenvoudigen. In deze balk kunnen jongeren zoektermen of vragen rond seks, seksuele gezondheid, liefde en relaties intikken. Zoals bij een klassieke zoekmachine verschijnen dan alle mogelijke antwoorden en informatie die allesoverseks.be ter beschikking heeft op het scherm. Ook verhalen van leeftijdsgenoten of nieuwsberichten die gekoppeld kunnen worden aan het onderwerp worden weergegeven.²⁰⁷

De website maakt het mogelijk om allesoverseks.be te delen op verschillende SNSs. Zij die een profiel hebben aangemaakt kunnen hun vrienden of kennissen op Hyves, Netlog, Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn en andere SNSs inlichten over het bestaan van allesoverseks.be. Bovendien kan er op de homepagina worden doorgeklikt naar de facebook- en twitterpagina van de website.²⁰⁸

²⁰³ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/cms/forum/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁴ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/poll/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁵ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/cms/links-adressen/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁶ ALLESOVERSEKS <http://allesoverseks.be/cms/campagne/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁷ ALLESOVERSEKS <http://allesoverseks.be/sensoa/index.aspx> Datum van raadpleging: 16 oktober 2012.

²⁰⁸ IBIDEM.

Verder is het niet onbelangrijk mee te geven dat allesoverseks.be beschikt over een mobiele website. Jongeren met een smartphone kunnen zonder problemen naar de website surfen en zo overal antwoorden vinden op hun vragen.²⁰⁹

3. Allesoverseks.be en het gebruik van SNSs

Allesoverseks.be was enkele jaren geleden vooral populair op Netlog. De website heeft via deze SNS bijna 160 000 jongeren kunnen bereiken. Maar Netlog heeft veel aan populariteit moeten inboeten en in november 2011 heeft Allesoverseks er alle activiteiten stopgezet.²¹⁰ Vandaag richt Allesoverseks zich meer op Facebook en Twitter waar jongeren zowel informatie terugvinden die op allesoverseks.be te lezen staat als extra informatie die niet op de website wordt gepubliceerd.²¹¹

Allesoverseks is actief op Facebook omdat deze momenteel de grootste, meest gekende en populairste SNS is.²¹² Allesoverseks.be maakte in augustus 2008 een publieke facebookpagina aan met als doel nog meer jongeren te bereiken. Iedereen is er welkom om de verschillende posts te volgen. Sinds de oprichting van de facebookpagina heeft allesoverseks.be een 450-tal 'likes' of 'vind-ik-leuks' verzameld.²¹³

Op de facebookpagina beschrijft Allesoverseks zichzelf als volgt:

"Allesoverseks.be geeft informatie over seks en relaties rechttoe rechtaan, zonder doekjes erom heen te winden, zonder dingen te verhullen. De informatie is correct, degelijk en toegankelijk voor iedereen.

*Dit is een site van Sensoa, het Vlaams expertisecentrum voor seksuele gezondheid. Sensoa vindt dat iedere jongere recht heeft op dat soort informatie over seksualiteit en relaties. Vind jij dat ook? Word dan nu fan van allesoverseks.be"*²¹⁴

Allesoverseks profileert zich ook op Twitter maar met iets meer dan 200 volgers is de website allerminst de populairste twitterpagina.²¹⁵

Of de aanpak van Allesoverseks omtrent hun activiteiten op SNSs de juiste is wordt in het volgende gedeelte van deze masterproef onderzocht en uitgebreid besproken.

²⁰⁹ YOUTUBE <http://www.youtube.com/watch?v=BOmqTbY5MIA> Datum van raadpleging: 17 oktober 2012.

²¹⁰ NETLOGE <http://nl.netlog.com/allesoverseks> Datum van raadpleging: 17 oktober 2012.

²¹¹ FACEBOOK <https://www.facebook.com/allesoverseks> Datum van raadpleging: 2 mei 2013.; TWITTER <https://twitter.com/Allesoverseks> Datum van raadpleging: 2 mei 2013.

²¹² GUMMADI (K.P.), KRISHNAMURTHY (B.), LIU (Y.) & MISLOVE (A.) Analyzing Facebook Privacy Settings : Expectations vs. Reality. In: *IMC*, 2011, p. 2.

²¹³ FACEBOOK <https://www.facebook.com/allesoverseks> Datum van raadpleging: 2 mei 2013.

²¹⁴ FACEBOOK http://www.facebook.com/?ref=tn_tnmn#!/allesoverseks/info Datum van raadpleging: 17 oktober 2012.

²¹⁵ TWITTER <https://twitter.com/Allesoverseks> Datum van raadpleging: 2 mei 2013.

E. Onderzoeksmethodiek

1. Een kwalitatief onderzoek

Omdat SENSOA en allesoverseks.be niet op zoek zijn naar cijfers, maar naar beschrijvende, diepgaandere antwoorden, was het noodzakelijk om in deze masterproef een kwalitatief onderzoek uit te voeren. Kwantitatief en kwalitatief onderzoek onderscheiden zich namelijk door de zoektocht naar cijfers of woorden.²¹⁶ Bij kwalitatief onderzoek staat het zoeken naar opinies centraal.²¹⁷ Op aanvraag van de organisaties SENSOA en allesoverseks.be probeer ik te weten te komen hoe de activiteiten van allesoverseks.be op de verschillende online media bij jongeren worden onthaald.

De kwalitatieve survey wordt vaak gehanteerd binnen het perspectief van de Grounded Theory en maakt daarom gebruik van diepte-interviews of focusgroepen. Afhankelijk van onder andere de bevindingen in de literatuur zijn verschillende groepen jongeren ondervraagd door middel van kwalitatieve groeps gesprekken.

2. Focusgroepen

In een kwalitatief interview gaat men op zoek naar de informatie die aanwezig is ‘in het hoofd’ van de geïnterviewde. Tijdens interviews komen verschillende onderwerpen aan bod en wordt kwalitatieve kennis geconstrueerd.²¹⁸ Deze kennis kan op verschillende manieren onttrokken worden van de geïnterviewde. Mortelmans benadrukt dat, hoewel ze de focus op het verzamelen van data en het verwerken van gegevens delen, interviews in de vorm van focusgroepen grondig verschillen van face-to-face interviews.²¹⁹ Als onderzoeker stond ik dus voor een keuze.

Kwalitatieve individuele interviews verschillen van interviews in groep of focusgroepen.²²⁰ Focusgroepen worden op groepsniveau en niet op individueel niveau geanalyseerd.²²¹ Bij een onderzoek naar een persoonlijk en gevoelig onderwerp zoals seksualiteit ligt de keuze voor individuele face-to-face interviews voor de hand. Maar gezien de focus van de gesprekken eerder op sociale media en de te onderzoeken websites ligt heb ik als onderzoeker toch geopteerd voor de focusgroepetechniek. Bovendien biedt deze techniek nog andere voordelen voor dit onderzoek:

²¹⁶ BOUWMAN (H.), DEN BOER (D.J.), FRISSEN (V.) & HOUBEN (M.) Hoofdstuk 9 uit Methodologie en statistiek voor communicatieonderzoek. Bohn Stafleu Van Loghum, 1994, p. 146.

²¹⁷ MORTELMANS (D.) *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven/Den Haag, Acco, 2007, p. 26.

²¹⁸ IDEM, p. 208.

²¹⁹ IDEM, p. 316.

²²⁰ IDEM, p. 318.

²²¹ IDEM, p. 318.

Eerst en vooral kan je via focusgroepen veel data op korte tijd verzamelen.²²² Ook worden focusgroepen gebruikt om ideeën te verzamelen en te structureren.²²³ Ze wekken nieuwe ideeën en creatieve concepten op, onthullen indrukken over producten en organisaties en zijn geschikt voor het verkrijgen van inzichten en denkwijzen van mensen over een bepaald thema.²²⁴

Groepsdiscussies maken de interactie tussen respondenten mogelijk en stellen de onderzoeker in staat om veel actievere interviewtechnieken te gebruiken dan bij een face-to-face interview.²²⁵ Tijdens groepsgesprekken komt de onderzoeker te weten wat geïnterviewden onderling en in groepsverband te vertellen hebben. Volgens Mortelmans moet het uitgangspunt van alle technieken in een focusgroep het voeren van een discussie zijn en het bekomen van rijke kwalitatieve gegevens.²²⁶

Groeps gesprekken brengen mensen met een gemeenschappelijk kenmerk samen om onder leiding van een moderator te debatteren over een bepaald onderzoeksthema.²²⁷ De geïnterviewden in dit onderzoek behoren allen tot dezelfde leeftijdscategorie, namelijk 15 tot 25 jaar.

In totaal werden 6 focusgroepen afgenomen van gemiddeld 90 minuten, wat aangewezen is voor groepen die bestaan uit 6 tot 10 leden.²²⁸ Tijdens de gesprekken kon ik als moderator en onderzoeker de nodige vragen stellen aan de participanten en zo een antwoord formuleren op de vraag ‘Wat is de betekenis van sociale media bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit’.

Rekening houdend met een aantal kenmerken die voor de focusgroepen homogeen moesten blijven heb ik gepoogd de participanten zo heterogeen mogelijk te groeperen. Er werd rekening gehouden met de demografische kenmerken van de respondenten. Dat werd daarentegen niet gedaan met ervaringskenmerken of attitudekenmerken.²²⁹ Zowel jongeren die niet bezig zijn met sociale media als zij die hier wel mee bezig zijn werden opgenomen in het onderzoek. Tijdens de zoektocht naar participanten werd al snel duidelijk dat nogal wat jongeren er tegen alle verwachting in voor kiezen niet actief te zijn op Facebook of andere SNSs. Zij mogen niet worden vergeten, want ook hun mening is belangrijk voor het onderzoek.

²²² IDEM, p. 316.

²²³ IDEM, p. 316.

²²⁴ IDEM, p. 318.

²²⁵ IDEM, p. 136.

²²⁶ IDEM, p. 323.

²²⁷ IDEM, p. 318.

²²⁸ IDEM, p. 169.

²²⁹ IDEM, p. 168.

De beste manier om een goede steekproef te stellen is de respondenten doelgericht te selecteren op basis van een aantal kenmerken.²³⁰ Drie focusgroepen werden gehouden met tieners uit de leeftijdscategorie 15 tot 19 jaar, drie andere groepen met jongvolwassenen van 20 tot 25 jaar.

Hoewel het niet altijd duidelijk tot uiting komt op de website, maakt allesoverseks.be dezelfde opsplitsing bij de benadering van de jongeren op hun site. Hoe ze er de verschillende leeftijdsgroepen informeren is afhankelijk van deze leeftijdsgroepen. Zo worden bijvoorbeeld zowel verhalen die geschikt zijn voor tieners als verhalen geschikt voor iets oudere jongeren gepubliceerd.²³¹ Deze 2 leeftijdsgroepen bevinden zich elk in een andere levensfase en men gaat ervan uit dat ze verschillende informatiebehoefte hebben. De iets jongere groep jongeren, die van pubers en tieners, wordt aanzien als een groep waarbij de seksuele ontwikkeling een hoogtepunt kent. Jongeren ondergaan daarbij een heleboel, vooral lichamelijke, veranderingen. De jongvolwassenen daarentegen bevinden zich in een relationele experimenteerfase. Zij moeten anders worden benaderd wat betreft relationele en seksuele informatieverstrekking.²³² In een rapport van Artevelde wordt omschreven hoe allesoverseks.be het onderscheid maakt tussen de 2 groepen jongeren:

“De site richt zich naar jongeren, waarbij de seksuele ontwikkeling een hoogtepunt kent. Jongeren beleven de puberteit, een periode waarin hun lichaam onder invloed van hormonen een heleboel veranderingen ondergaat. In de seksuele en relationele ontwikkeling die jongeren tussen hun 12^{de} en 20^{ste} meemaken, raken zij gefascineerd door het andere of het eigen geslacht, worden verliefd op elkaar en experimenteren met steeds verdergaande vormen van vrijen. Er duiken veel vragen op rond verliefdheid, relaties en seks, maar ook over bijvoorbeeld zelfbeeld, waarop ze een antwoord zoeken. Jongeren vormen bovendien een kwetsbare groep voor soa-infectie (vooral chlamydia) en hebben hierover dus ook informatie nodig.

Daarnaast omvat de doelgroep de jongvolwassenen, die volop in hun relationele experimenteerfase zitten. Jongvolwassenen in hun zoektocht naar een goede relatievorm of een geschikte partner, volgen meestal het patroon van ‘seriële monogamie’. Dit houdt in dat zij opeenvolgende monogame relaties hebben. Zij wisselen dus vaak (achtereenvolgens) van partner en vertonen een zekere mate van seksueel risicogedrag. Bij hen ligt het aantal besmettingen met soa en het aantal ongewenste zwangerschappen relatief hoog. Ook grensoverschrijdend seksueel gedrag komt relatief vaak voor bij jongvolwassenen.”²³³

Door de participanten aan de focusgroepen op te splitsen in 2 aparte leeftijdscategorieën kwamen tijdens de analyse van de gesprekken de verschillen in informatiebehoefte duidelijk naar voor.

²³⁰ IDEM, p. 167.

²³¹ ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be/verhalen/index.aspx> Datum van raadpleging : 30 maart 2012.

²³² SENSOA *Allesoverseks.be – Een samenvatting van 2012 op basis van het rapport van Artevelde*. Antwerpen, SENSOA, 2012, p. 2.

²³³ IBIDEM.

De verscheidenheid van de 2 aparte leeftijdsgroepen uitte zich ook in de zoektocht naar respondenten voor dit onderzoek. De participanten nodig voor de drie focusgroepen met jongeren van 15 tot 19 jaar vond ik in middelbare scholen. Voor de zoektocht naar respondenten voor de drie focusgroepen voor de categorie 20 tot 25 jaar drong zich een andere aanpak op. Het willekeurig aanspreken van de jongvolwassenen op de populairste netwerksite Facebook hielp mij aan een paar enthousiaste vrijwilligers. Ook op hogere scholen, universiteiten en zelfs op straat heb ik enkele participanten kunnen overtuigen om mee te werken aan dit onderzoek.

Om de heterogeniteit zoveel mogelijk te behouden was de doelstelling om in elke focusgroep evenveel jongens als meisjes op te nemen. Maar omdat jongens minder gemakkelijk ingingen op het verzoek deel te nemen aan dit onderzoek waren in 5 van de 6 groepsgesprekken meer meisjes vertegenwoordigd dan jongens.

Bij de samenstelling van de focusgroepen werd rekening gehouden met de verschillende opleidingsniveaus van de respondenten en de beroepen die ze uitoefenen. Voor de categorie 15 tot 19 jaar werden Vlaamse leerlingen uit zowel het BSO, het TSO als het ASO over de verschillende groepen verdeeld. In de groepen jongvolwassenen van 20 tot 25 jaar waren zowel studenten, hoogopgeleiden als laagopgeleiden aanwezig.

Het is niet onbelangrijk te melden dat alle participanten beloofd werden voor hun deelname aan de gesprekken. Tijdens de zoektocht merkte ik snel dat respondenten makkelijker overtuigd konden worden om deel te nemen aan dit onderzoek wanneer hen een cinematicket beloofd werd.

De focusgroepen werden als volgt samengesteld:

- Focusgroep Brussel, van 20 tot 25 jaar: de eerste focusgroep vond plaats op woensdag 27 februari 2013 in een lokaal op de Vrije Universiteit te Brussel. De groep bestond uit 10 jongvolwassenen, waarvan 6 meisjes en 4 jongens. 7 van hen wonen in Vlaams-Brabant en 3 van hen in Brussel. Tijdens de samenstelling van de focusgroepen heb ik geprobeerd participanten van verschillende opleidingsniveaus en beroepen bij elkaar te brengen. Die dag waren studenten het meest vertegenwoordigd. Het gesprek verliep zeer vlot en alle deelnemers reageerden enthousiast op de onderwerpen die ik aan bod liet komen tijdens het gesprek.
- Focusgroep Gent, van 20 tot 25 jaar: op woensdag 6 maart 2013 vond in Gent een tweede focusgroep plaats. Deze ging door in één van de vergaderruimtes van Casa Rosa, een

partnerorganisatie van SENSOA. 8 jongeren werden verwacht, maar slechts 4 meisjes en 1 jongen zijn opgedaagd. Het merendeel van deze jongeren is woonachtig te Gent. Ondanks het tekort aan participanten heb ik als moderator de beslissing genomen de focusgroep te laten doorgaan. Het werd een uitzonderlijk interessant gesprek van meer dan 100 minuten. Het kostte mij weinig moeite om gedetailleerde informatie te verkrijgen en om het gesprek gaande te houden. Het was een kleinere groep en de deelnemers leken meer ontspannen. De respondenten zelf beschreven het gesprek als gezellig en intiem. Daarbij komt dat de deelnemers stuk voor stuk zeer mondig waren.

- Focusgroep Antwerpen 1, van 20 tot 25 jaar: de derde focusgroep met jongvolwassenen vond plaats in een lokaal van SENSOA zelf, en dit op woensdagmiddag 13 maart 2013. Van de 7 deelnemers woont het merendeel in de provincie Antwerpen. Zoals hierboven reeds vermeld waren tijdens de zoektocht naar respondenten meisjes makkelijker te overtuigen om deel te nemen aan de groepsgesprekken dan jongens. Ook in deze focusgroep met 5 meisjes en slechts 2 jongens kwam dit tot uiting.
- Focusgroep Antwerpen 2, van 15 tot 19 jaar: in de namiddag van diezelfde dag heb ik in datzelfde lokaal een groep jongeren van 15 tot 19 jaar ondervraagd. De meningen van de 4 jongens en 3 meisjes woonachtig te Antwerpen liepen uiteen er werd hevig gedebatteerd. Uit dit groepsgesprek leidde ik cruciale onderzoeksbevindingen af.
- Focusgroep Blankenberge 1, van 15 tot 19 jaar: als oud-leerling heb ik de toestemming gekregen van het Maerlant Atheneum in Blankenberge om op maandag 4 maart 2013 tijdens de lessen twee focusgroepen te organiseren. Voor de focusgroep in de voormiddag hebben niet minder dan 12 tieners uit verschillende BSO-, TSO- en ASO-opleidingen zich aangeboden. Ook in de categorie 15 tot 19 jaar werd ik geconfronteerd met de oververtegenwoordiging van meisjes: slechts 3 van de 12 deelnemers waren jongens. Een groot deel van de participanten aan deze focusgroep was minder mondig waardoor dit gesprek iets minder vlot verliep in vergelijking met de andere. Als moderator ben ik er toch in geslaagd, door gerichte vragen te stellen, voldoende informatie te vergaren.
- Focusgroep Blankenberge 2, van 15 tot 19 jaar: in de namiddag ontving ik 8 leerlingen uit verschillende studierichtingen en net zoals de jongeren van de focusgroep Blankenberge 1 zijn zij woonachtig in Blankenberge of in omliggende gemeentes. Wederom waren de

jongens ondervetegenwoordigd: amper 2 van de 8 participanten waren van het mannelijk geslacht. Dit groepsgesprek verliep zeer vlot.

Verder in deze masterproef wordt beschreven hoe de participanten aan de hierboven vermelde focusgroepen omgaan met sociale media. Wie van hen actief is op SNSs, hoe frequent ze zich aanmelden en wat hen precies aantrekt in het gebruik van deze websites kwam niet alleen tot uiting tijdens de discussies. Ook de drop-off leverde een schat aan informatie.

3. Verloop focusgroepen

Bij aanvang van elke focusgroep werd aan de participanten gevraagd een korte, schriftelijke vragenlijst in te vullen om gestandaardiseerde achtergrondinformatie over elk van hen te verzamelen en zich zo een juist beeld te vormen van de samenstelling van elke groep. Ook kwamen dankzij deze drop-off de gesprekken sneller op gang. De respondenten maakten op een rustige en meer ontspannen manier kennis met het onderwerp wat het natuurlijke verloop van de gesprekken ten goede kwam.²³⁴

De inhoud van de focusgroepen werden opgenomen met behulp van geluidsopnameapparatuur, dit om later een gedetailleerde analyse van de gesprekken te kunnen maken.

Om een correcte vergelijking te kunnen maken tussen de verschillende focusgroepen en tussen de twee leeftijdsgroepen heb ik getracht alle groepsgesprekken op dezelfde manier op te bouwen. Door telkens dezelfde vragen in een specifieke volgorde aan bod te laten komen kregen alle focusgroepen een gelijkaardige structuur. Tijdens de discussies heb ik dan ook gebruik gemaakt van een op voorhand opgestelde topiclijst, een opsomming van vragen die dienst deed als rode draad. Bij het opmaken van de vragen werd rekening gehouden met de onderzoeksbevindingen besproken in de literatuurstudie. Wanneer tijdens de gesprekken de respondenten te ver van een bepaald onderwerp afweken, kon ik hen, door terug te grijpen naar de topiclijst, weer in de juiste richting sturen.

In het eerste deel van elke focusgroep werden vragen gesteld over sociale media en de sociale netwerksites in het algemeen. Ik polste naar de manier waarop jongeren zich informeren over seks en relaties, waarom zij bepaalde kanalen verkiezen boven andere en hoe zij omgaan met deze informatie. Ook wilde ik te weten komen of de participanten op zoek gaan naar informatie over seksualiteit op SNSs zoals Facebook en Twitter en of ze al van de website allesoverseks.be gehoord hadden.

²³⁴ MORTELMANS (D.) *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven/Den Haag, Acco, 2007, p. 238.

In het tweede deel van de groepsgesprekken werd de focus gelegd op de facebook- en twitterpagina van allesoverseks.be. Vragen zoals ‘wat is je eerste indruk van deze facebookpagina?’ en ‘zou je op de vind-ik-leuk-knop klikken om deze facebookpagina te volgen?’ waren hier aan de orde. Dezelfde richting ben ik uitgegaan wanneer ik de jongeren liet praten over de twitterpagina van allesoverseks.be. Welke gevoelens er bij hen naar boven kwamen, of ze een twitterpagina voor seksuele vorming belangrijk vinden en wat de voor- en nadelen hiervan kunnen zijn, werd onderzocht.

In het tweede deel werden de website allesoverseks.be en de aansluitende facebook- en twitterpagina uitvoerig besproken. Omdat niet alle respondenten vertrouwd waren met allesoverseks.be heb ik ervoor gezorgd dat ze via een draagbare computer toegang hadden tot deze websites. Vragen zoals ‘Spreekt allesoverseks.be jullie aan?’, ‘Zouden jullie de opbouw of de look & feel van de website wijzigen? Zo ja, hoe?’, ‘Zou je op de vind-ik-leuk-knop klikken om deze facebookpagina te volgen? Waarom wel? Waarom niet?’ en ‘Wat is je eerste indruk van de twitterpagina?’ moesten het debat rond dit thema aanwakkeren.

Ten slotte werd aan de respondenten gevraagd of de aanpak van Allesoverseks.be volgens hen de juiste is en of zij nog tips hadden voor de organisatie. Hierna werd het gesprek afgerond.

4. Analyse

Waarnemingen van deelnemers aan een focusgroep zijn niet altijd onafhankelijk van elkaar. Respondenten kunnen elkaar beïnvloeden en veranderen soms van standpunt tijdens het gesprek.²³⁵ Het is daarom belangrijk om de data van de focusgroepen als groepsdata te verwerken en niet als face-to-face data.²³⁶ Na het uitschrijven werden de gesprekken geanalyseerd op groepsniveau en omgezet tot algemene bevindingen. De onderzoeksresultaten worden beschreven in het volgende deel van deze masterproef.

²³⁵ IDEM, p. 341.

²³⁶ IDEM, p. 342.

F. Analyse drop-off en analyse focusgroepen

1. Analyse drop-off

Bij aanvang van elke focusgroep werd aan de respondenten gevraagd een korte vragenlijst in te vullen. Ten eerste werd hen gevraagd of zij lid zijn van sociale netwerksites en indien ja, van dewelke. Bij meerdere antwoorden werd hen gevraagd deze te rangschikken volgens volgorde van belangrijkheid.

Focusgroepen 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: 9 van de 10 deelnemers zijn lid van Facebook en plaatsten deze website op nummer 1. 1 jongen heeft er in het verleden bewust voor gekozen zijn facebookaccount op te zeggen. Slechts 4 van de 10 participanten hebben een account op de SNS Twitter en rangschikten deze website op nummer 2. 1 jongen is lid van LinkedIn en 1 meisje heeft een account op Pinterest. De 9 facebookgebruikers in deze groep beweerden tijdens het gesprek weinig of niet actief te zijn op andere SNSs.
- Focusgroep Gent: ook bij deze deelnemers is Facebook de populairste SNS. 2 meisjes zijn lid van Google+ maar tijdens het groepsgesprek werd duidelijk dat zij, bij gebrek aan vrienden en kennissen ook actief op deze website, hun account amper bezoeken.
- Focusgroep Antwerpen 1: ook bij deze groep jongeren van 20- tot 25-jarigen blijkt Facebook de meest bezochte SNS. Maar liefst 6 van de 7 respondenten rangschikten de site op nummer 1. 1 meisje heeft er in het verleden bewust voor gekozen haar account op Facebook te verwijderen en plaatste Flickr bovenaan. Meerdere jongeren van deze groep hebben een account op Twitter en kenden deze een tweede of een derde plaats toe. Enkelen van hen zijn lid van LinkedIn en Google+ maar net zoals de 2 meisjes van de focusgroep Gent verklaarden zij tijdens het groepsgesprek hierop amper actief te zijn.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: in deze focusgroep plaatsten 6 van de 12 deelnemers Google+ op nummer 1 en het leek erop dat Facebook genoeg moest nemen met een tweede plaats. Dit laatste werd snel weerlegd. Het antwoord op de tweede vraag, waarbij werd gepolst naar de reden waarom zij de SNSs gebruiken, luidt 'om informatie op te

zoeken'. Deze 6 leerlingen hebben de term 'Google+' verward met de zoekmachine 'Google' en waren duidelijk niet vertrouwd met de termen 'sociale media' en 'sociale netwerksites'. Bij het heranalyseren van de drop-off bleek dat de voltallige groep de eerste plaats toekende aan de SNS Facebook. 1 jongen rangschikte Twitter op nummer 2 en 3 meisjes beweerden een account te hebben op Pinterest.

- Focusgroep Blankenberge 2: net zoals bij de andere focusgroep in het Maerlant Atheneum te Blankenberge lieten alle 8 deelnemers verstaan dat Facebook voor hen de belangrijkste sociale netwerksite is. 4 leerlingen, waaronder 1 jongen, rangschikten Twitter op nummer 2. 2 meisjes kenden deze plaats toe aan 'Instagram'. Opnieuw verwarden enkele respondenten de SNS Google+ met de zoekmachine.
- Focusgroep Antwerpen 2: ook bij deze laatste groep jongeren blijft Facebook hoge toppen scheren. Alle 7 participanten plaatsten deze site op nummer 1. 2 jongens kruisten Twitter aan als tweede belangrijkste SNS en beweerden te participeren aan online discussiefora.

Zowel bij de jonge twintigers als bij de tieners van 15 tot 19 jaar blijkt Facebook de meest favoriete netwerksite. Bij beide leeftijdsgroepen zijn de andere SNSs duidelijk veel minder populair.

Ten tweede werd aan de jongeren gevraagd om welke redenen zij surfen naar hun favoriete SNS, de website die zij op nummer 1 rangschikten. In quasi alle gevallen werd die eerste plaats toegekend aan de SNS Facebook.

Focusgroepen 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: de voornaamste redenen waarom 9 van de 10 participanten aan deze focusgroep lid zijn van Facebook worden hieronder opgesomd:
 - Om in contact te blijven met vrienden.
 - Om af te spreken met vrienden.
 - Om zaken voor school te regelen.
 - Om groepsgesprekken te houden.
 - Om te chatten met vrienden.
 - Om foto's te bekijken en statusupdates te lezen.
 - Om de actualiteit te volgen.

- Focusgroep Gent: de respondenten van deze groep beantwoordden de vraag als volgt:
 - Om in contact te blijven met vrienden.
 - Om foto's te bekijken.
 - Om af te spreken met vrienden.
 - Meer contactmogelijkheden met vrienden dan wanneer je Facebook niet gebruikt.
 - Omdat iedereen op Facebook zit.
 - Om op de hoogte te blijven van evenementen.

- Focusgroep Antwerpen 1: de voornaamste redenen waarom jongeren van deze focusgroep aanmelden op hun favoriete SNS zijn:
 - Om in contact te blijven met vrienden en familie.
 - Om op de hoogte te blijven van evenementen.
 - Om foto's te bekijken.
 - Om berichten te versturen ter vervanging van mailen.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: de deelnemers aan deze focusgroep hebben een account op Facebook om volgende redenen:
 - Om in contact te blijven met vrienden.
 - Om zaken te delen en inhoud op de website te plaatsen.
 - Om te chatten met vrienden.
 - Voor schoolgebruik.
 - Om af te spreken met vrienden.
 - Uit gewoonte.

- Focusgroep Blankenberge 2: de voornaamste redenen waarom jongeren van deze focusgroep surfen op Facebook zijn:
 - Om te chatten met vrienden.
 - Om in contact te blijven met vrienden.
 - Om op de hoogte te blijven van de actualiteit.

- Om naar foto's te kijken.
- Om op de hoogte te blijven van evenementen.
- Focusgroep Antwerpen 2: ook de tieners van deze focusgroep verklaarden waarom ze lid zijn van Facebook:
 - Om in contact te blijven met vrienden en andere mensen.
 - Om te chatten met vrienden.
 - Omdat het leuk is.

De redenen waarom Facebook zo populair is bij jongeren zijn divers maar het is duidelijk dat het sociaal contact met andere facebookgebruikers de voornaamste is.

Ten derde werd gepolst naar hoe frequent jongeren zich aanmelden op hun favoriete SNS.

Focusgroepen 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: 5 participanten, waarvan 1 jongen, surfen gemiddeld 1 keer per dag naar de website Facebook. 2 jongens en 2 meisjes beweerden dit meerdere keren per dag te doen.
- Focusgroep Gent: alle participanten aan deze focusgroep beweerden zich meerdere keren per dag op deze SNS aan te melden.
- Focusgroep Antwerpen 1: op de vraag 'Hoe vaak surf jij naar je favoriete SNS?' antwoordden 5 van de 6 facebookgebruikers: 'meerdere keren per dag'. De 6^{de}, een jongen, beweerde zich slechts 1 keer per week op Facebook aan te melden. Het meisje dat haar account op deze SNS in het verleden opzegde surft meer dan 3 keer per week naar andere websites zoals Flickr, Tumbler en Twitter.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: 8 tieners of 2/3 van de participanten aan dit groepsgesprek loggen per dag meerdere keren in op Facebook. De 4 andere respondenten, 2 jongens en 2 meisjes, doen dit gemiddeld 1 keer per dag.

- Focusgroep Blankenberge 2: de ene helft van deze groep surft meerdere keren per dag naar deze SNS, de andere helft 1 keer per dag.
- Focusgroep Antwerpen 2: ook de deelnemers aan deze focusgroep vertoeven regelmatig op Facebook. 5 van hen melden zich meerdere keren per dag aan. 1 jongen en 1 meisje verklaarden gemiddeld 1 keer per dag te surfen naar deze SNS.

In totaal surfen 14 van de 22 ondervraagde jonge twintigers meermaals per dag naar Facebook of een andere SNS. 5 respondenten van deze leeftijdsgroep loggen gemiddeld 1 keer per dag in, 1 jongen slechts 1 keer per week. 17 van de 27 respondenten tussen 15 en 19 jaar oud melden zich meerdere keren per dag aan op Facebook. De 10 andere tieners doen dit gemiddeld 1 keer per dag.

Ten vierde werd aan zij die lid zijn van Facebook gevraagd van ongeveer hoeveel facebookpagina's zij fan zijn.

Focusgroepen 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: 2 meisjes en 1 jongen uit deze groep zijn fan van meer dan 500 facebookpagina's. 1 jongen volgt er meer dan 100 en 1 meisje antwoordde: 'tussen 10 en 50'. 3 meisjes en 1 jongen zijn fan van maximum 10 facebookpagina's.
- Focusgroep Gent: 3 meisjes en 1 jongen uit deze focusgroep volgen meer dan 100 facebookpagina's. 1 meisje kruiste de optie '10 tot 50' aan.
- Focusgroep Antwerpen 1: 1 jongen en 3 meisjes uit Antwerpen beweerden van maximum 10 facebookpagina's fan te zijn. De twee andere participanten, 1 jongen en 1 meisje, volgen er meer dan 100.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: in deze groep tieners kruisten 8 participanten de optie '10 tot 50' aan en 1 meisje de optie '1 tot 10'. 3 meisjes volgen meer dan 100 pagina's.
- Focusgroep Blankenberge 2: 3 van de 8 respondenten van deze ondervraagde groep tieners, waaronder 1 jongen, gaf aan van maximum 50 facebookpagina's fan te zijn. 2

meisjes kruisten de optie 'Meer dan 100' aan en 2 meisjes en 1 jongen verklaarden meer dan 500 facebookpagina's te volgen.

- Focusgroep Antwerpen 2: het vind-ik-leuk'en van facebookpagina's is het minst populair bij deze groep tieners. 2 van de 7 respondenten zijn van geen enkele facebookpagina fan. 1 jongen beweerde tussen 1 en 10 pagina's op Facebook te volgen en 2 jongens en 1 meisje tussen 10 en 50. Slechts 1 meisje is fan van meer dan 100 facebookpagina's.

Met uitzondering van 2 tieners van focusgroep Antwerpen 2 zijn alle respondenten fan van 1 of meer facebookpagina's. Tijdens de gesprekken lieten heel wat respondenten verstaan het frustrerend te vinden wanneer teveel posts van één facebookpagina of facebookgroep tussen de nieuwsberichten van facebookvrienden verschijnen. Dit verklaart mogelijk waarom vele jongeren het aantal te volgen facebookpagina's beperken tot 50 of 100.

Vervolgens werden de respondenten verzocht te beschrijven van welke soort pagina's zij precies fan zijn en hun antwoorden toe te lichten met een aantal voorbeelden.

Focusgroepen van 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: de deelnemers aan deze focusgroep beschreven vooral facebookpagina's verbonden aan hun school en opleiding. Ook verklaarden de meesten fan te zijn van facebookpagina's van bepaalde artiesten en muziekgroepen.
- Focusgroep Gent: op 1 uitzondering na beantwoordden de respondenten deze vraag zeer algemeen door termen zoals 'muziek', 'films', 'series' en 'cafés' op te geven.
- Focusgroep Antwerpen 1: de favoriete facebookpagina's van deze jongeren zijn eveneens verbonden aan televisieseries, film en muziek. Ook de facebookpagina's van acteurs, actrices en andere bekendheden zijn populair in deze groep.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: de tieners uit deze focusgroep somden facebookpagina's van artiesten, muziekgroepen en televisieprogramma's op. Ook grappige pagina's zoals

'Genante seksmomenten' en 'Hete heren voor bij het studeren' werden aangehaald. Enkele meisjes volgen facebookpagina's over mode en kledij.

- Focusgroep Blankenberge 2: de participanten aan deze focusgroep vermeldden facebookpagina's over muziek, televisieseries, films, koken en bekende personen. 2 van hen volgen de facebookpagina van de leerlingenraad van hun school. Ook in deze groep is een aantal meisjes fan van pagina's over modetrends.
- Focusgroep Antwerpen 2: omdat het merendeel van de leerlingen uit deze focusgroep weinig of geen facebookpagina's volgt bleef deze vraag hier onbeantwoord.

Uit de antwoorden kunnen we afleiden dat jongeren in het algemeen vooral facebookpagina's rond muziek, film, televisieseries en hun school of opleiding volgen. Ook pagina's met humoristische content en pagina's met tips en trends over mode zijn populair, dit vooral bij de 15- tot 19-jarigen.

Op één uitzondering na melden alle participanten met een facebookaccount zich minstens 1 keer daags aan op deze SNS. Om te weten te komen of ze, eens aangemeld, actief of eerder passief omspringen met Facebook werd hen gevraagd hoe frequent ze nieuwe inhoud posten, hun status updaten, links delen, reageren op posts van facebookvrienden, facebookgroepen of facebookpagina's, klikken op de vind-ik-leuk-knoppen etc.

Focusgroepen 20 tot 25 jaar:

- Focusgroep Brussel: van de 9 facebookgebruikers uit deze groep verklaarden 1 jongen en 1 meisje meerdere keren per dag inhoud op deze website te posten. 1 jongen beweerde dat 1 keer per dag te doen en 1 meisje 1 keer per week. 4 meisjes en 1 jongen delen gemiddeld 1 keer per maand informatie op Facebook.
- Focusgroep Gent: ook al melden alle participanten aan deze focusgroep zich meerdere keren per dag aan op Facebook, werden de opties 'Meerdere keren per dag' en 'Gemiddeld 1 keer per dag' niet aangekruist. 1 meisje en 1 jongen beweerden meer dan 3 keer per week nieuwe inhoud te posten op Facebook, te reageren op posts van anderen of op vind-ik-leuk-knoppen te klikken. 2 meisjes doen dit gemiddeld 1 keer per week en 1 meisje slechts 1 keer per maand. De jongvolwassenen uit deze groep springen eerder passief om met Facebook.

- Focusgroep Antwerpen 1: ook de antwoorden van de deelnemers aan deze focusgroep zijn uiteenlopend. 1 jongen beweerde 1 keer per maand op een post te reageren, een link te delen of zijn status te wijzigen. 2 meisjes doen dit gemiddeld 1 keer per week. Een ander meisje is gemiddeld 3 keer per week actief op Facebook en 1 jongen en 1 meisje kruisten 'Gemiddeld 1 keer per dag' aan.

Focusgroepen 15 tot 19 jaar:

- Focusgroep Blankenberge 1: van de 6 focusgroepen is deze duidelijk het actiefst op de SNS Facebook. Maar liefst één derde van de respondenten verklaarde meerdere keren per dag inhoud te posten, te reageren op posts van andere facebookgebruikers of op de vind-ik-leuk-knoppen te klikken. 2 meisjes en 1 jongen plaatsen 1 keer per dag nieuwe inhoud op de website, 1 jongen en 2 meisjes doen dit meerdere keren per week en 2 meisjes delen gemiddeld 1 keer per week informatie met andere facebookleden. De opties 'Gemiddeld 1 keer per maand' en 'Nooit' werden door niemand van deze groep aangekruist.
- Focusgroep Blankenberge 2: de respondenten van deze focusgroep gaan minder actief om met Facebook in vergelijking met de participanten aan de focusgroep Blankenberge 1. Slechts 1 meisje gaf aan meerdere keren per dag inhoud te delen met facebookvrienden en 2 meisjes beweerden dat 1 keer daags te doen. Een ander meisje kruiste de optie 'Gemiddeld 3 keer per week' aan en 1 jongen en 1 meisje houden het op gemiddeld 1 keer per week. 1 jongen beweerde amper 1 keer per maand inhoud op de website te posten en 1 meisje kiest ervoor nooit informatie te delen op Facebook.
- Focusgroep Antwerpen 2: de jongeren van deze laatste focusgroep lijken nog minder actief op de SNS Facebook. 3 jongens en 1 meisje verklaarden gemiddeld 3 keer per week informatie te delen op hun profiel, te reageren op updates van facebookpagina's etc. 1 meisje doet dat gemiddeld 1 keer per week en 1 jongen amper 1 keer per maand. Opnieuw gaf 1 meisje aan zo goed als nooit inhoud op de website te posten.

We concluderen dat zich aanmelden op Facebook allerm minst gelijk staat aan actief zijn op Facebook. Er wordt zeer vaak passief op deze SNS gesurft.

2. Analyse gesprekken focusgroepen

In de onderstaande tekst wordt regelmatig verwezen naar de verschillende groepen jongeren die zijn ondervraagd. De woorden ‘twintigers’ en ‘jongvolwassenen’ worden gebruikt om te verwijzen naar jongeren tussen 20 en 25 jaar oud. Het woord ‘tieners’ wordt gebruikt wanneer wordt gesproken over jongeren uit de leeftijdscategorie ‘15 tot 19 jaar’. De term ‘jongeren’ verwijst naar beide leeftijdsgroepen.

Allesoverseks is momenteel vooral actief op Twitter en Facebook. Over beide SNSs werden tijdens de groepsgesprekken vragen gesteld. Ook werd gepolst naar meningen over de website allesoverseks.be, de informatiebehoeften van de jongeren en hoe zij op zoek gaan naar informatie over seks en relaties. Hieronder worden de resultaten van de afgenomen focusgroepen beschreven.

Het gebruik van SNSs

Jongeren gebruiken SNSs in de eerste plaats om in contact te blijven met anderen. Zowel de tieners als de jongvolwassenen beschouwen hun favoriete SNS vooral als communicatiemiddel. Op de hoogte blijven van de activiteiten van familie, vrienden en kennissen zijn belangrijk: *“Contact houden met vrienden is voor mij nog altijd het belangrijkste.”* We kunnen dan ook stellen dat het doel van de SNSs, namelijk het sociaal zijn, perfect wordt ingevuld.

Facebook is de belangrijkste SNS. Bijna alle jongeren uit de focusgroepen zijn actief op Facebook. Slecht één jongen en één meisje uit de groep jongvolwassenen hadden er bewust voor gekozen hun facebookprofiel te verwijderen. Sommige jongeren hebben een account op Google +, Pinterest of andere SNSs, maar deze spelen een veel minder grote rol. Deze onderzoeksbevindingen komen vooral uit de drop-off, maar werden ook bevestigd tijdens de groepsgesprekken.

Sommige participanten, zowel jongvolwassenen als tieners, gebruiken de SNS Twitter maar de meerderheid heeft er geen account. Zij die niet actief zijn op Twitter, weten eigenlijk niet goed waarvoor deze website staat en hoe deze precies functioneert: *“Ik ben nooit niet mee geweest met waarom je dat moet gebruiken. Ik versta nog altijd niet waarom je hashtags moet gebruiken.”*

De ondervraagde jongeren hebben geen account op Netlog. Ze beweerden tijdens de gesprekken dat deze SNS tot het verleden behoort: *“Haha, dat is gedaan, hoor.”* Er werden dan ook bewust weinig vragen over gesteld. Bovendien is Allesoverseks er niet meer op actief.

Informatiebehoeften en het internet

Alle jongeren beweren vooral naar vrienden en ouders te stappen voor het verkrijgen van informatie over seks en relaties: *“Mijn eerste gedacht is altijd mijn ouders of vriendinnen en dan de dokter. Niet het internet.”* In sommige gevallen gaan jongeren ook ten rade bij een oudere broer of zus.

Het internet als informatiebron blijft voor de ondervraagde jongeren slechts een bijzaak. Een kleine minderheid gaat op het internet naar dergelijke informatie op zoek. Bijna alle jongvolwassenen beweren het internet weinig te gebruiken voor het opzoeken van informatie over seks en relaties. Toch raadplegen de twintigers af en toe het internet. Vooral de mannelijke jongvolwassenen gaven tijdens de groeps gesprekken toe dat ze in het verleden het internet hadden geraadpleegd: *“Er zijn bepaalde zaken dat je kunt vinden op het internet...”*

De tieners gaan iets meer dan de jongvolwassenen op zoek naar informatie over seksualiteit op het internet. Zij gebruiken het web als informatiebron indien ze hun vragen over seks of relaties aan niemand anders kunnen, durven of willen stellen: *“Of gewoon op het internet, als je het echt niet wil vragen aan iemand.”*

In het algemeen kan gesteld worden dat wanneer jongeren het internet raadplegen, ze dit eerder doen om antwoorden te vinden op medische vragen rond geslachtsziekten en anticonceptie: *“Ik zou bijvoorbeeld wel gaan opzoeken als je zo één of andere vuile ziekte hebt of zo.”* Voor vragen omtrent de iets minder voor de hand liggende onderwerpen zoals seksueel contact en lichaamsbeleving richten zowel de meisjes als de jongens zich tot hun vrienden: *“Allé ja, ik denk wel dat als het echt gaat over ziektesymptomen of zo en dat je denkt van ‘oei, heb ik geen SOA?’, ik zou dat dan eerder op het internet gaan zoeken. Terwijl, als het echt gaat over de kwaliteit van de seks, dat zou ik eerder met mijn vriendinnen bespreken.”*

De reden waarom jongeren in de eerste plaats hun vrienden als informatiebron kiezen, is onder andere te wijten aan het wantrouwen dat heerst rond de kwaliteit van de informatie aangeboden op het internet. Er mag zeker gesteld worden dat de twintigers de betrouwbaarheid van informatie belangrijk vinden: *“Er staan zo onnozele dingen op het internet en je weet nooit wat waar of niet waar is.”*

Ook de tieners zijn bekommerd om de betrouwbaarheid van informatie rond seks en relaties op het net: *“Ik typ mijn vraag in en dan zoek ik welke links betrouwbaar zijn.”* Enkelen van hen verklaarden niet zo vaak op het internet naar informatie op zoek te gaan omdat ze twijfelen aan de kwaliteit ervan.

Tijdens de focusgroepen haalden de jongeren nog andere informatiebronnen aan. Bij de jongvolwassenen van het vrouwelijk geslacht speelt de gynaecoloog een grote rol bij het invullen van

bepaalde informatiebehoeften. Wellicht hebben zij meer vertrouwen in de informatie verstrekt door een deskundige dan in de informatie die te vinden is op het internet: *“Als ik dan eens naar de gynaecoloog ga... Ik vertrouw daar nog altijd meer op dan gewoon wat er op het internet staat.”* De tienermeisjes refereerden zelden naar de arts of gynaecoloog.

Heel veel jongvolwassen meisjes refereerden ook naar de seksuele opvoeding die ze hadden gekregen in het middelbaar onderwijs. Ze beweerden heel wat wijzer te zijn geworden na de lessen seksuele voorlichting op school: *“Ik denk dat wij zeer goede voorlichting gekregen hebben daarin. Ik heb niet echt veel vragen daarover.”*

Veel jongvolwassenen beweerden over het algemeen weinig of geen vragen te hebben over het onderwerp seks en relaties. Ze lieten uitschijnen dat ze minder behoefte hebben aan informatie hieromtrent omdat ze meer ervaren zijn. De volgende uitspraak geeft duiding: *“...het is niet dat ik naar die site zou gaan voor tips of zo. ... ik heb nooit echt met vragen gezeten.”*

Frappant is dat de tieners hetzelfde beweerden. Zij zijn ervan overtuigd genoeg te weten over dit onderwerp: *“Nee, ik heb geen vragen, ik heb genoeg geleerd op school.”*

We bemerken dat de jongeren zichzelf vaak tegenspraken. Enerzijds verklaarden ze voor vragen rond seksualiteit naar vrienden of vriendinnen te stappen. Anderzijds beweerden ze geen informatie nodig te hebben.

De website allesoverseks.be

De website allesoverseks.be is amper gekend bij de jongeren. Slechts enkele tieners kenden de website allesoverseks.be omdat ze er op school hadden over geleerd. Alle andere ondervraagde jongeren hadden nog nooit van allesoverseks.be gehoord. Wel kenden de jongvolwassenen de organisatie SENSOA. Dat allesoverseks.be één van de vijf websites van SENSOA is, wist geen enkele participant.

Op het moment dat de jongeren de website te zien kregen werd vooral de centrale zoekbalk ‘Stel hier je vraag...’ positief onthaald: *“...het feit dat er in het midden staat ‘stel hier je vraag’ is eigenlijk wel vet.”* De website komt bij de meesten interessant en professioneel over: *“Dat het er professioneel uitziet. Dat is echt goed gedaan, bijvoorbeeld met het stellen van die vragen. Alles staat ordelijk, een goede lay-out.”*

De jongvolwassenen vinden de website interessanter voor tieners dan voor hun eigen leeftijdsgroep. Maar toen hen de vraag werd gesteld of zij zich aangetrokken voelden tot de website antwoordde het merendeel van de twintigers ‘ja’. Enkele jongvolwassenen die hadden beweerd geen vragen te hebben

over seks en relaties verklaarden in de toekomst toch gebruik te zullen maken van deze website. Uiteraard was niet iedereen even positief.

Bij de tieners waren de reacties allerm minst negatief. Hoewel een groot aantal 15- tot 19-jarigen beweerde geen noodzaak te hebben aan informatie over seks en relaties kon de website velen onder hen bekoren. Vooral de rubriek ‘Stel hier je vraag’ en het feit dat jongeren er gericht kunnen zoeken naar informatie werden enthousiast onthaald. Bovendien konden zij zich perfect vinden in het idee dat de website ook voor oudere jongeren bedoeld is. De tieners oordeelden dat de doelgroep van de website heel breed ligt en dat de aangeboden informatie ook geschikt is voor volwassenen. Enkele meisjes van 15 jaar beschouwden de website zelfs uitsluitend geschikt voor meerderjarigen.

Facebook

Het bestaan van de facebookpagina van allesoverseks.be was totaal onbekend bij de ondervraagde jongeren: *“Ik weet niet of SENSOA een facebookpagina heeft. Ik heb daar nog nooit iets over opgezocht.”* Het verbaast dan ook niet dat geen enkele respondent in het verleden al op zoek was gegaan naar specifieke informatie over seksualiteit op de facebookpagina van Allesoverseks.

Sterker nog, geen enkele deelnemer had ooit al info opgezocht omtrent seksualiteit op één van de SNSs waarvan hij of zij lid is. Deze bevinding kan worden gerelateerd aan wat eerder in deze analyse aan bod kwam: internet is voor jongeren geenszins de belangrijkste bron van informatie over seks en relaties: *“Ja, we hebben het daarnet al gezegd he, je gaat dat eerder aan je vrienden vragen dan op het internet opzoeken. Mensen gaan niet zo vlug op het internet beginnen zoeken over vragen over seks.”*

Tijdens de bespreking van de website allesoverseks.be kwam tot uiting dat de knoppen naar de vele SNSs weinig indruk maakten op de jongeren. Weinig respondenten merkten ze op: *“Ik had er totaal nog niet op gelet.”*

De jongvolwassenen beschreven deze buttons als nutteloos. Het mogelijk maken om op een website zoals allesoverseks.be te kunnen doorklikken naar een facebook- of twitterpagina heeft volgens hen geen zin: *“Als ik zo op een site ben, om dan van daar naar Facebook te gaan... , ik weet niet, dat is zo raar.”* De tieners stonden minder negatief tegenover deze buttons. Enkelen van hen vonden ze een handige tool om de website allesoverseks.be te delen met vrienden met problemen i.v.m. seks of relaties: *“Ja, dat is waarschijnlijk wel interessant voor als vrienden met vragen zitten of zo.”*

De respondenten staan kritisch tegenover het bespreken van het onderwerp ‘seks’ op een openbare website zoals Facebook. Enkele jongvolwassenen verwezen naar het concept ‘privacy’ wanneer dit thema werd aangesneden: *“...seks op sociale media, ik vind dat toch iets privé eigenlijk.”* De meeste

ondervraagde tieners en twintigers voelen zich oncomfortabel bij het idee dat hun facebookvrienden zouden kunnen waarnemen wanneer ze in contact komen met allerlei informatie over seks: “...*'het is met Facebook verbonden, oei ja, misschien gaan mijn vrienden dat zien en is er misschien ergens een gaatje waardoor dat dat op mijn profiel komt'. Ja, dan schaam je je daarover...*” Het is duidelijk dat jongeren liever vermijden om persoonlijke onderwerpen te bespreken op een publieke plaats als Facebook.

Ook de naam ‘allesoverseks.be’ vormt een probleem. Bijna alle respondenten wilden de facebookpagina onder andere niet ‘vind-ik-leuk’en’ omdat in de benaming het woord ‘seks’ voorkomt. Er heerst blijkbaar nog steeds een soort taboe rond dit gevoelig onderwerp.

Toch verklaarden enkele tieners wel fan te willen worden van de pagina: “*Ik zou dat waarschijnlijk wel liken.*” Sommigen onder hen vonden dat het vind-ik-leuk’en van de facebookpagina en het delen van de posts vrienden met vragen over seks of relaties uit de nood kunnen helpen: “*Als je dat liked, dan ga je toch uiteindelijk andere mensen helpen.*”

Alle jongeren, en vooral de jongvolwassenen, vinden het bespreekbaar maken van persoonlijke onderwerpen op een publieke plaats als Facebook nutteloos. Eén van de jongvolwassenen deed daarbij de volgende uitspraak: “*Ik denk dat het ook een beetje het doel van de sociale media voorbij streeft.*” Daarbij komt dat het merendeel van de participanten Facebook beschouwt als een vrijetijdsbesteding, en onderwerpen zoals die van allesoverseks.be passen niet in dit plaatje: “*Ik zie Facebook ook meer als vrijetijdsbesteding. Ik zou dingen bekijken waarvan ik vind dat het grappig is. Terwijl, dit is al zwaardere kost, dus ik zou mij daar nooit mee bezig houden op Facebook.*”

Alle jongvolwassenen en tieners vinden humor op Facebook belangrijk. In bijna alle focusgroepen haalde een participant het voorbeeld aan van de humoristische facebookpagina ‘Genante Seksmomenten’: “*Dan denk ik aan die facebookgroep die recent in de media is geweest over ‘genante seksmomenten’ en dat er dan zo veel controverse over was omdat dat dan...*”

Toch is er naast humor ook plaats voor ernstige zaken op Facebook, zo blijkt uit uitspraken van enkele jongeren: “*Bijvoorbeeld de Standaard of zo: ‘ah ja, dat is interessant.’ Dan ga ik dat artikel eens lezen.*”

In het algemeen kan gesteld worden dat jongeren enkel aandacht hebben voor facebookpagina’s en posts die in de lijn liggen van hun interesses: “*en dan heb je een eigen selectie van wat er jou ook interesseert.*” Ook delen jongeren op hun profiel vooral posts over onderwerpen die hen boeien.

Volgens heel wat jongvolwassenen is de facebookpagina, net zoals de website van Allesoverseks, eerder gericht op een jongere leeftijdsgroep, namelijk de tieners. Ze benadrukten meermaals dat er een onderscheid moet worden gemaakt tussen de leeftijdsgroep jongvolwassenen en de leeftijdsgroep tieners: *“...dat zijn twee hele verschillende doelgroepen.”* Enkel reageerden enthousiast op de posts die beantwoordden aan hun informatiebehoeften. Maar niet alle nieuwsberichten en posts op de facebookpagina van allesoverseks.be kunnen jongvolwassenen boeien, zo blijkt: *“Dat zijn thema’s waarvan ik denk, dat zou ik nooit gaan lezen.”* De twintigers lieten verstaan dat ze op Facebook anders willen worden benaderd als het gaat over RSV en dat ze liever niet met thema’s worden geconfronteerd die bedoeld zijn voor een jongere doelgroep en dus amper of niet beantwoorden aan hun interesses. De jongvolwassenen vinden het niet fijn en zelfs storend dat ze door het vind-ik-leuk’en van de pagina ook de posts die meer gericht zijn tot tieners zien verschijnen. Facebookpagina’s waarop posts worden geplaatst die hen niet boeien, worden genadeloos verwijderd: *“Maar waarschijnlijk zouden er dan weer zaken tussen staan die mij niet interesseren waardoor ik de pagina dan weer zou wegdoen.”*

De twintigers erkennen het belang van de facebookpagina van allesoverseks.be vooral voor jongere tieners. De volgende uitspraak bevestigt dit: *“...dat is een belachelijke vraag voor ons, maar dat is misschien geen belachelijke vraag voor jongere mensen.”*

De tieners zijn minder kritisch over de posts op de facebookpagina, integendeel. De meesten vinden ze interessant en leuk. Vooral de grappige anekdotes die op de pagina verschijnen trekken hun aandacht. Het verbaast dan ook niet dat een groot aantal tieners verklaarde zich aangesproken te voelen door de facebookpagina.

Het merendeel van de tieners is ervan overtuigd dat de pagina enkel bedoeld is voor hun eigen leeftijdsgroep. Toen hen werd gevraagd wie volgens hen de doelgroep van de facebookpagina van Allesoverseks is antwoordden zij ‘jongeren van 12 tot 18 jaar’ en ‘jongeren van 14 tot 20’. Een andere groep tieners oordeelde dat de facebookpagina iedereen en dus ook volwassenen kan en wilt bereiken: *“Van 12 tot 50. Ja, voor iedereen, ze krijgen informatie dus...”*

Alle respondenten erkennen het nut van de facebookpagina van allesoverseks.be. Volgens hen kan de organisatie via de SNS Facebook heel wat jongeren benaderen: *“Ook gemakkelijk om nieuwe mensen te bereiken.”* Facebook is tenslotte één van de populairste websites bij zij die de doelgroep vormen van Allesoverseks. De jongeren beschouwen Facebook als een ideaal kanaal om gebruikers kennis te laten maken met bepaalde websites. Een link plaatsen naar de site allesoverseks.be op de facebookpagina kan zorgen voor meer bezoekers: *“Facebook gebruiken als middel om die personen*

naar die website te trekken.“ Nog uitspraken werden hier omtrent gegeven: *“Ja, dat als transportmiddel gebruiken om zo dan naar een site weer te gaan”* en *“Ik vind dat Facebook eerder een weg is naar de site”*. Bovendien is een groot aantal participanten ervan overtuigd dat een facebookpagina de drempel kan verlagen om te surfen naar websites over seksualiteit zoals allesoverseks.be.

Tijdens het bespreken van de facebookpagina van allesoverseks.be maakten de jongeren nog enkele andere opmerkingen. Hieronder worden de meest voorkomende opmerkingen van zowel de tieners als de jongvolwassenen beschreven:

- De facebookpagina van Allesoverseks heeft slechts een 400-tal fans of vind-ik-leuks. Dat vinden alle jongeren opvallend weinig in vergelijking met de andere facebookpagina's die zij kennen of waarvan zij fan zijn. *“Dat is een beetje zeer weinig”*, zei iemand tijdens de gesprekken. Volgens de jongeren ligt dit aan de onbekendheid van de facebookpagina van Allesoverseks en ook aan het feit dat deze intieme en persoonlijke onderwerpen belicht. Zoals eerder aangehaald in deze analyse zijn de jongeren niet geneigd om zich hiermee openlijk te associëren.
- Hoewel de meeste jongeren beweerden dat ze nooit zelf op een post van deze facebookpagina zouden reageren vonden zij het positief dat de pagina interactie met de lezers toelaat. Volgens de jongeren is dat iets wat op de website allesoverseks.be te weinig mogelijk wordt gemaakt.
- Alle respondenten waren het er over eens dat Allesoverseks teveel berichten plaatst op de facebookpagina. Overladen worden door berichten van één en dezelfde facebookpagina zorgt namelijk voor frustraties, zo blijkt uit de volgende uitspraak: *“Misschien iets minder posts. Ja kijk, daar al twee op één dag. Dat vind ik wel ambetant dat dat dan altijd in uw feed komt, altijd van hetzelfde en altijd opnieuw.”* De participanten vinden één post per dag meer dan voldoende.

Om een beeld te vormen van de indruk dat de facebookpagina van allesoverseks.be bij de jongeren nalaat werd hen gevraagd om deze aan de hand van een paar kernwoorden te beschrijven. De jongvolwassenen gaven volgende antwoorden: *“te jong”*, *“niet van toepassing voor mij”*, *“entertainment”*, *“te basic informatie en te jong”*, *“te algemeen en te veel op het affectieve af”*, *“te druk want 5 posts per dag, dat is veel te veel”*, *“entertainend, maar niet voor mij”*, *“chaotisch en weinig relevant”*, *“Onnozel”*, *“irritante dingen”*, *“niet voor mij”*, *“willekeurig en onoverzichtelijk”*, *“grappig, persoonlijk en informatief”*, *“actueel”*, *“open en betrouwbaar”* en *“minder betrouwbaar dan de website”*.

De tieners beschreven de facebookpagina als volgt: *”sneller en heel goed”, “Innovatief, want het is een combinatie tussen grappig en serieus”, “Ontspannen, want het mag niet te serieus zijn”, “niet te serieus en niet te grappig, maar chaotisch”, “verhalen zijn leuk”, “interessant, maar iets dat me afschrikt”, “interessant”, “liken is een beetje ongemakkelijk”, “actueel”, “Interessant en toffe weetjes”, “Interessant en leuk”, “Aangenaam en aanspreekbaar”, “Leuk en leerzaam”, “Nieuwe weetjes en interessant”, “Hedendaags en informatief”, “Luchtig en leuk”, “Leuk en leerrijk”, “Interessant en up-to-date” en “Interessant en voor een groter verschil van leeftijden”.*

De participanten, en vooral de jongvolwassenen, vroegen zich af wat het nut is van een facebookpagina voor een organisatie als Allesoverseks die opgebouwd is rond een zeer succesvolle website. De vergelijking tussen de website allesoverseks.be en haar facebookpagina onthult namelijk enkele minpunten van deze laatste: (1) de jongeren vinden de facebookpagina minder anoniem dan de website van Allesoverseks, (2) ze vinden het jammer dat de belangrijkste tool van de website allesoverseks.be - volgens hen ‘het stellen van de vraag’ - op Facebook wegvalt en (3) de verwachtingen over de soort informatie gepost op Facebook zijn veel minder duidelijk in vergelijking met de verwachtingen over de info die de jongeren kunnen terugvinden op de website zelf. De jongeren vroegen zich af of de informatie geplaatst op Facebook ook op de website kan worden teruggevonden of dat de posts hiervan volledig losstaan.

Er kan dan ook gesteld worden dat er maar weinig samenhang is tussen de website allesoverseks.be en haar facebookpagina.

De meerderheid van de ondervraagde jongeren verkiest de website van allesoverseks.be boven de facebookpagina voor RSV en dit omwille van de volgende redenen: de jongeren kunnen op de website gericht naar informatie zoeken en dit op een meer anonieme manier.

Ten slotte werd aan de jongeren gevraagd wat allesoverseks.be volgens hen zou kunnen ondernemen om de facebookpagina succesvoller te maken. Ze stelden onder andere het organiseren van wedstrijden voor: *“Wat vaak wordt gedaan is een wedstrijd doen, dat ze dan eerst de facebookpagina moeten liken alvorens je kan deelnemen.”* Ook kan volgens hen het weggeven van promotiemateriaal zoals boeken gerelateerd aan seks, speeltjes en andere gadgets meer fans opleveren: *“De seksbijbel van Goedele Liekens.”*

Enkele twintigers vermeldden de mogelijkheid voor facebookpagina’s om door middel van betaling posts te laten terugkeren in de nieuwsberichten van hun fans. Eén participant gaf aan dat allesoverseks.be ook kan adverteren via ‘gesponsorde verhalen’. De jongeren verwezen hierbij wel naar het risico dat reclame maken op een facebookpagina met zich meebrengt: de terugkeer en

herhaling van posts kunnen frustraties opwekken: *“Je kan dat ook zo gesponsord doen zodat het zo geforceerd in het overzicht komt, maar dat is eerder storend denk ik.”*

Twitter

Tijdens de groeps gesprekken werd snel duidelijk dat een groot aantal participanten Twitter niet goed kent. De jongeren die niet actief zijn op deze SNS vonden het moeilijk om er zich een mening over te vormen. Heel wat deelnemers aan de groeps gesprekken begrijpen het principe en het concept van de website niet: *“Het is zo moeilijk om een mening te geven als je niet weet hoe het in elkaar zit.”* Als moderator heb ik geprobeerd hen duidelijk te maken hoe Twitter werkt en heb ik hen getoond welke berichten op de twitterpagina van allesoverseks.be worden geplaatst. De participanten hebben uitgebreid gedebatteerd over Twitter en de twitterpagina van allesoverseks.be en dat leverde de volgende onderzoeksbevindingen op:

De twitterpagina van allesoverseks.be werd door één bepaalde focusgroep met jongvolwassenen enthousiaster onthaald dan de facebookpagina. Zowel de actieve twittergebruikers als zij die niet vertrouwd zijn met deze SNS oordeelden dat (1) de inhoud op de twitterpagina veel beter inspeelt op hun leeftijd en informatiebehoeften, (2) Twitter meer gestructureerd overkomt dan Facebook en (3) de boodschappen op deze SNS kort en bondig zijn: (1) *“...de inhoud van deze informatie is meer van onze leeftijd”*, (2) *“Het ziet er ook veel gestructureerder uit. Op Facebook is het nogal chaotisch. Dit geeft wel een duidelijker overzicht.”* en (3) *“...omdat het kortere feiten zijn dan op Facebook.”*

De twintigers uit de twee overige focusgroepen hadden een minder uitgesproken mening over de twitterpagina van Allesoverseks. De meesten van hen vonden het moeilijk een oordeel te vormen over deze pagina daar zij de werking van de SNS Twitter minder goed begrijpen. Bijgevolg ging in deze groepen de voorkeur uit naar de facebookpagina en de website van Allesoverseks. Wel vinden deze jongvolwassenen het belangrijk dat een organisatie zoals allesoverseks.be actief is op Twitter omdat ze via deze SNS een nog groter aantal sociale mediagebruikers kan benaderen: *“Je moet gewoon iedereen bereiken.”*

Ook bij de tieners waren de meningen over de twitterpagina van Allesoverseks verdeeld. De pagina werd door een groot aantal tieners positief beoordeeld. Zij vonden de geplaatste informatie, net zoals de inhoud gepost op de facebookpagina, interessant en geschikt voor hun leeftijd. Andere tieners voelden zich dan weer minder aangetrokken tot de twitterpagina en lieten verstaan dat zij deze SNS niet goed kennen en meer voeling hebben met Facebook.

Opmerkelijk was dat heel wat tieners verklaarden dat ze eerder de twitterpagina zouden volgen dan dat ze de facebookpagina zouden vind-ik-leuk'en. Twitter houdt volgens hen meer rekening met de

privacy van de gebruiker omdat wanneer een twitteraar een pagina aanklikt die hij wenst te volgen dit niet expliciet bekend wordt gemaakt: *“Ja, maar dan komt het niet op hun prikbord.”*

Bovendien waren enkele tieners ervan overtuigd dat niemand op Twitter kan zien welke andere twittergebruikers zij volgen. De volgende uitspraak toont aan dat Twitter volgens hen meer anoniem is dan Facebook: *“... niemand weet dat je dat volgt ook, dus ja. Het is anoniemer ook, Twitter.”* Dat is een frappante bevinding aangezien de twittergebruikers die men volgt wel degelijk zichtbaar zijn voor andere twitteraars.

Niet alle twintigers hadden dezelfde mening omtrent de doelgroep van de twitterpagina. Enkele jongvolwassenen oordeelden dat, in tegenstelling tot de informatie gepost op de facebookpagina, de inhoud op de twitterpagina gericht is tot hun eigen leeftijdsgroep: *“Ik denk dat de pagina op Facebook voor de jongeren (tieners) was.”* Andere respondenten waren de mening toegedaan dat de twitterpagina eerder voor tieners bestemd is: *“Ja, nu komt het veel jonger over dan op Facebook.”*

De stelling dat tieners geen interesse zouden hebben voor de SNS Twitter werd snel weerlegd door twintigers met een jongere broer of zus die wel surfen op Twitter: *“Mijn zusje van 15 jaar, zij zit wel op Twitter en zij is daar wel mee bezig.”*

De twintigers konden zich geen duidelijk beeld vormen van de doelgroep van de twitterpagina, maar heel wat van hen waren ervan overtuigd dat de leeftijdsgroep die Allesoverseks wilt benaderen via Facebook verschillend is van de leeftijdsgroep die de organisatie hoopt te benaderen via de SNS Twitter.

Dat is opmerkelijk aangezien de facebookpagina in de periode waarin de focusgroepen werden afgenomen nog gekoppeld was aan de twitterpagina van allesoverseks.be. De posts die op Facebook werden geplaatst en de tweets die verschenen op de twitterpagina waren toen identiek. De doelgroep van de twitterpagina is dezelfde als die van de facebookpagina.^{237*}

Bij de tieners waren de meningen minder verdeeld. Volgens de meesten bestaat geen verschil tussen de doelgroep van de twitterpagina en die van de facebookpagina. Enkel van hen merkten terecht op dat de inhoud op de twitterpagina identiek was aan de inhoud geplaatst op Facebook: *“Het is precies een beetje hetzelfde van op Facebook.”* Volgens de meeste tieners is de doelgroep van de twitterpagina van allesoverseks.be samengesteld uit ‘jongeren tussen 12 en 20 jaar’. Enkele andere oordeelden dat de pagina op Twitter, net zoals de facebookpagina, bestemd is voor iedereen die behoefte heeft aan de inhoud die erop verschijnt.

^{237*} De twitter-en facebookpagina van allesoverseks.be zijn sinds april 2013 ontkoppeld. Men wacht op de resultaten van deze masterproef om de aanpak op de SNSs al dan niet te wijzigen. Bron: Kim Peeters en Lies Verhetsel van SENS OA en Allesoverseks.

De jongeren maakten nog enkele andere interessante opmerkingen over de twitterpagina:

- Het viel de participanten op dat allesoverseks.be op Twitter minder volgers heeft dan fans op Facebook. Volgens de jongeren is dit onder andere te wijten aan het feit dat Twitter in het algemeen minder populair is: “... *maar er zitten echt veel minder mensen op Twitter dan dat er mensen op Facebook zitten.*”
- Net zoals bij Facebook vonden enkele jongeren het storend dat er meerdere malen per dag getweet wordt: “*Allé, zo heel veel posts terug. Dat vind ik terug wel een beetje ambetant.*” Ook dubbele tweets op Twitter werden negatief onthaald.
- Heel wat jongeren vinden het een voordeel dat op Twitter alles kort en bondig beschreven staat.
- Zowel tieners als twintigers merkten op dat sommige tweets de nieuwsgierigheid aanwakkeren: “... *dat wekt een beetje interesse op.*” Enkele respondenten oordeelden dat het ontbreken van een afbeelding of filmpje de verbeelding kan prikkelen: “*Het is ook spannender, je ziet zo de afbeelding niet en dan heb je zo echt de neiging van op die link te klikken.*”
- Dat men op Twitter verplicht is de bijhorende link aan te klikken om te ontdekken welke inhoud er precies achter een tweet schuilt, werd door de ene groep jongeren als hinderlijk en door andere jongeren als handig omschreven. De mogelijkheid om de nieuwsberichten waarover men meer wil lezen zelf te kunnen selecteren wordt door deze laatste groep positief onthaald: “*Gewoon de boodschap en dan kun je zelf beslissen als je het verder wil lezen*”.
- Net zoals de posts op Facebook, zijn de tweets op de twitterpagina van allesoverseks.be die het meest aan de interesses van de jongeren beantwoorden het populairst.

Tijdens het gesprek werd aan de jongeren opnieuw de opdracht gegeven om aan de hand van enkele kernwoorden de twitterpagina van allesoverseks.be te beschrijven. De jongvolwassenen gebruikten de volgende termen: “*Geordend en specifiek*”, “*Ordelijk, het ziet er beter uit en betere informatie*”, “*Gestructureerd en actueel*”, “*Minder kinderachtig en interessanter*”, “*Actueler en niet meer die basic info, maar goede informatie*”, “*Kwaliteit en aantrekkelijker*”, “*Volwassen en interessant*”, “*Kort en bondig*”, “*Veel interessanter en meer kans dat ik verder zou klikken*”, “*Chaotisch en onduidelijk*”, “*Ongekend*”, “*Zelf kiezen, maar een beetje saai*”, “*Actueler, maar overbodig*”, “*Actueel, maar steriel*”, “*Kort en krachtig*” en “*Gemakkelijker dan Facebook en goede reclame voor de website*”.

De tieners beschreven de pagina als volgt: *“Gemakkelijker en anoniemer dan Facebook”, “Anoniem en actueel”, “Anoniem en beter dan Facebook”, “Anoniem en aantrekkelijker dan Facebook”, “Leuk, overzichtelijk en ook anoniemer”, “Volgbaar”, “Simpleren om te volgen en anoniemer”, “Interessant, maar onaantrekkelijk”, “Onaantrekkelijk en interessant”, “Simpel en interessant”, “Lelijk en interessant”, “Interessant, maar onaantrekkelijk”, “Onaantrekkelijk en leerrijk”, “Te veel informatie en saai”, “Eenvoudig en onoverzichtelijk”, “Overzichtelijk en leuk”.*

Opvallend was dat heel wat jongeren die zich negatief hadden uitgesproken over de facebookpagina van allesoverseks.be hun mening herzagen nadat ze hadden kennis gemaakt met de twitterpagina. Na het bespreken van deze laatste kon de facebookpagina op meer waardering rekenen.

Om af te sluiten werd aan de jongeren gevraagd wat allesoverseks.be volgens hen zou kunnen ondernemen om meer volgers op hun twitterpagina aan te trekken. Helaas leverde dit weinig antwoorden op, waarschijnlijk omdat slechts een minderheid van de participanten actief surft op Twitter. Twee twintigers stelden voor om de twitterpagina van allesoverseks.be te promoten via tweets van andere succesvolle twittergebruikers: *“... dat dat dan opgenomen wordt door een persoon met zeer veel volgers die dat dan aanbeveelt...”* Ook het gebrek aan publiciteit kwam aan bod; jongeren vinden reclame maken voor de twitterpagina belangrijk: *“... Misschien wel iets om de pagina bekender te maken...”*

Suggesties

De deelnemers aan de focusgroepen pleitten voor een naamsverandering van de facebookpagina van Allesoverseks. Door gebruik te maken van een afkorting wordt het probleem rond het woord ‘seks’ in de naam van de organisatie handig omzeild: *“Ja, maar als je werkt met het logo en met een afkorting...”* Ook stelden de jongeren voor om op SNSs een logo te gebruiken dat minder afhankelijk is van de naam ‘allesoverseks.be’. De drempel om de facebookpagina te vind-ik-leuk’en wordt zo verlaagd: *“Misschien een bekender logo maken zodanig dat je niet echt Allesoverseks nodig hebt...”* Wel moet gezegd worden dat de respondenten de naam ‘allesoverseks.be’ in het algemeen als zeer duidelijk en allesomvattend omschreven.

De jongvolwassenen oordeelden dat allesoverseks.be haar doelpubliek beter moet afbakenen: *“Een iets strikter doelpubliek kiezen...”* en *“Ze moeten een betere lijn trekken.”* Zoals eerder werd besproken, moet volgens hen een duidelijker onderscheid gemaakt worden tussen de groep tieners en de groep twintigers. Het verbaast dan ook niet dat enkelen pleitten voor een nieuwe facebookpagina waarvan de inhoud aangepast is aan de interesses en informatiebehoeften van hun eigen leeftijdsgroep: *“Ik denk dat ze misschien gewoon een andere pagina moeten bijmaken...”*

Over hoe precies deze onderverdeling moet worden gerealiseerd waren de meningen verdeeld: “*Misschien de site opdelen in leeftijdscategorieën... -16, + 16 of + 20...*” of “*Het gaat gewoon om het onderscheid van ‘ik heb seks gehad’ en ‘ik heb geen seks gehad’*” of “*Of gewoon zo basisinformatie en specifiekere informatie.*”

De participanten benadrukten voortdurend dat allesoverseks.be meer reclame moet maken en naambekendheid moet verwerven: “*Ja, nog meer reclame maken.*” en “*En meer naambekendheid verwerven, want ik kende het niet.*”

Eén jongen oordeelde dat er teveel promotie wordt gemaakt rond SENSOA en er amper aandacht wordt besteed aan allesoverseks.be. Bovendien refereert volgens hem de website van SENSOA zelf niet voldoende naar de andere websites van de organisatie en is het onduidelijk tot wie ze gericht zijn. Elke bezoeker van sensoa.be moet sneller naar de voor hem of haar bestemde website kunnen worden doorverwezen: “*Van op de site van SENSOA dat misschien wat duidelijker een link trekken voor jongeren of zo. Op de hoofdpagina direct duidelijk schiften en linken naar de beste website, denk ik.*”

De nog studerende jongvolwassenen reikten een aantal suggesties aan over hoe Allesoverseks zichzelf beter kan promoten bij studenten. Door gadgets uit te delen op festivals en *student kick-offs* kan deze organisatie volgens hen op een zeer efficiënte manier heel veel medestudenten bereiken. Zij verklaarden namelijk dat deze specifieke groep jongvolwassenen aangetrokken wordt door alles wat gratis is: “*Bij studenten is dat, als er ergens iets gratis wordt uitgedeeld, dan staat er altijd een troep volk.*” Ook kan Allesoverseks meer naambekendheid verwerven via nieuwsmails van universiteiten en andere onderwijsinstellingen.

De twintigers zijn ervan overtuigd dat tieners vooral op school de organisatie Allesoverseks moeten leren kennen. Ook de tieners zelf beamen dit en voegen hieraan toe dat de organisatie meer reclame moet maken via posters, folders en YouTube-filmpjes.

G. Besluit en terugkoppeling literatuur

In dit deel worden de onderzoeksresultaten van het empirisch gedeelte samengevat. Deze worden getoetst aan de bevindingen in de literatuurstudie. Wat hieronder volgt zal een antwoord bieden op de tweede bijvraag van deze masterproef: ‘*Wat zijn de sterktes en de zwaktes van sociale netwerksites die worden ingezet voor de organisatie Allesoverseks?*’

SNSs hebben op korte tijd een prominente rol ingevuld in het dagelijks leven van jongeren. Uit de drop-off van het empirisch onderzoek is gebleken dat bijna alle respondenten actief zijn op SNSs. Slecht één ondervraagde jongvolwassene is er niet op actief. Facebook is de meest populaire en gebruikte SNS bij de respondenten van dit onderzoek. Slechts twee jongvolwassenen waren er niet op actief. Het gebruik van Twitter is daarentegen minder ingeburgerd. Amper enkele tieners en twintigers die deelnamen aan de groepsgesprekken zijn actieve twittergebruikers. Deze onderzoeksresultaten sluiten aan bij de bevindingen in de literatuurstudie.

SNSs, en Facebook in het bijzonder, worden vooral gebruikt om in contact te blijven met vrienden en kennissen. Zowel de behandelde literatuur, alsook de analyse van de drop-off en focusgroepen, toonden aan dat jongeren SNSs, en vooral Facebook, als een communicatiemiddel en een vrijetijdsbesteding beschouwen. Toch konden we uit de drop-off afleiden dat jongeren Facebook ook gebruiken voor schoolwerk. SNSs kunnen dus ook - weliswaar in mindere mate - voor educatieve doeleinden worden gebruikt. Dat beweren Tynes (2007) en Griffith en Liyanage (2008) eveneens.

SNSs worden niet vaak gebruikt als bron voor informatie over seksualiteit. We zagen in de analyse van de groepsgesprekken en in de literatuurstudie dat vrienden en ouders voor jongeren de meest gebruikte informatiebronnen zijn voor het beantwoorden van hun vragen rond seksualiteit.

De bevindingen in de literatuurstudie over de rol van de school komen niet overeen met de onderzoeksresultaten uit het empirisch gedeelte van deze masterproef. De literatuuranalyse bracht aan het licht dat RSV op Vlaamse en Amerikaanse scholen niet volledig beantwoordt aan de informatiebehoeften van jongeren. Bovendien wordt de school niet altijd gezien als een veilige omgeving voor het stellen van vragen over seks. Vele jongvolwassenen uit de focusgroepen spraken dit tegen. Zij beweerden juist veel over seksualiteit geleerd te hebben op school.

Ook spreken de empirische bevindingen de stelling tegen dat vele jongeren nergens terecht kunnen voor hun vragen over relaties en seksualiteit. In het onderzoek van De Clerck e.a. (2008) haalden 12 tot 23% van de Vlaamse tieners aan dat ze nergens terecht konden voor het verkrijgen van informatie omtrent relaties en seksualiteit. Dit resultaat werd niet teruggevonden in de analyse van de focusgroepen. Integendeel, geen enkele respondent vermeldde nergens terecht te kunnen voor het verkrijgen van informatie over seks en relaties. De tieners beweerden zelfs, net zoals de jongvolwassenen, amper vragen te hebben met betrekking tot dit onderwerp.

Uit de literatuurstudie en het empirisch onderzoek kan afgeleid worden dat het internet niet erg populair is als informatiebron voor seks en relaties. Desalniettemin wordt het internet gebruikt. De focusgroepen maakten duidelijk dat tieners, meer dan jongvolwassenen, geneigd zijn het internet als informatiebron te raadplegen. Dit wordt bevestigd door het onderzoek van De Clerck e.a. (2008). In

deze studie neemt het internet de vijfde plaats in als informatiebron bij de tieners. Bij de jongvolwassenen komt het internet niet voor in de top vijf. Tijdens de groepsgesprekken haalden de tieners ook aan dat ze het web gebruiken indien zij bepaalde vragen niet aan een vertrouweling uit hun directe omgeving willen stellen.

Het empirisch onderzoek wijst uit dat, indien jongeren het internet raadplegen als informatiebron omtrent seksualiteit, zij vooral op zoek gaan naar antwoorden op vragen over anticonceptie en geslachtsziekten. Hierbij zoeken zij veel minder naar informatie over seksueel contact en lichaamsbeleving. Ook SENSOA en de vzw Jeugd en Seksualiteit bevestigden deze trend in de literatuuranalyse: jongeren gebruiken vooral het internet voor het zoeken naar informatie over veilig vrijen, anticonceptie, zwangerschap en soa's.

Ook gaven de respondenten aan bekommerd te zijn om de betrouwbaarheid van de informatie over seks en relaties die ze op het net terugvinden. Wel moeten we het onderzoek van Fidel, David en Douglas (1999) in het achterhoofd houden. Zij stellen dat adolescenten niet altijd goed kunnen inschatten of websites correcte informatie aanbieden.

De ondervraagde jongeren waren enthousiast over de website van Allesoverseks omdat zij hierop gericht naar informatie kunnen zoeken. Bovendien ervaren de jongeren de website als anoniem, zeker in vergelijking met de facebookpagina van de organisatie. Sommige jongeren beweerden in de toekomst gebruik te willen maken van deze website.

SNSs worden daarentegen minder gebruikt om informatie over seks en relaties op te zoeken. In de literatuurstudie werd deze stelling verdedigd op basis van de studies van Divecha e.a. (2012) en De Clerck e.a. (2008). Deze stelling kan ook hard worden gemaakt op basis van de onderzoeksresultaten uit de empirie. Geen enkele respondent was in het verleden op een SNS op zoek gegaan naar informatie omtrent seksualiteit. Bijgevolg had geen enkele participant de facebook- of twitterpagina van Allesoverseks geraadpleegd.

Toch bevatten SNSs enkele sterktes voor RSV. Het grootste voordeel van SNSs is dat de overgrote meerderheid van de jongeren erop actief is. Het is een laagdrempelig medium en organisaties zoals Allesoverseks kunnen er een breed publiek mee bereiken. Uit de groepsgesprekken is gebleken dat de jongeren het eens zijn met deze stelling. Hetzelfde geldt voor de twitterpagina van Allesoverseks. Hoewel een minderheid van de respondenten erop aanwezig is, vinden de jongeren de aanwezigheid van de organisatie op Twitter cruciaal.

Het tweede voordeel van SNSs is de interactiviteit van het medium. In de literatuurstudie werd dit aanzien als een meerwaarde. Ook de respondenten van het empirisch onderzoek beschouwden de interactiviteit op SNSs als een pluspunt.

Daarentegen werden ook de zwaktes van SNSs voor RSV gevonden. Het grootste aandachtspunt is de privacy van de gebruiker. Zo staan de jongeren, omwille van privacyredenen, kritisch tegenover het onderwerp 'seks' op Facebook. De onderzoeken van Bull e.a. (2010) en Ralph, Berglas, Schwartz en Brindis (2011) toonden aan dat jongeren niet geneigd zijn om zich openlijk te associëren met gevoelige en persoonlijke thema's op een SNS. De analyse van de focusgroepen onderschrijft deze stelling. De ondervraagde jongeren worden, omwille van privacyredenen, liever geen fan van de facebookpagina van Allesoverseks. Dat verklaart mogelijk waarom deze facebookpagina, reeds actief sinds 2008, amper 400 vind-ik-leuks heeft verzameld op vijf jaar tijd. Ook de twitterpagina van Allesoverseks boekt met slechts een 200-tal volgers weinig succes. Desalniettemin werd de twitterpagina door heel wat tieners als meer anoniem gepercipieerd, dit in vergelijking met de facebookpagina van de organisatie.

In het algemeen kan gesteld worden dat de website allesoverseks.be positiever wordt onthaald door de ondervraagde jongeren dan de facebook- en twitterpagina. De website boekte meer succes aangezien de jongeren er gericht naar informatie kunnen zoeken, en dit op een meer anonieme manier.

Een tweede aandachtspunt heeft te maken met de doelgroep van Allesoverseks. Het onderzoek van Bull e.a. (2010) dat behandeld werd in de literatuurstudie stelt dat de inhoud, die op een SNS wordt geplaatst, moet aangepast zijn aan de doelgroep die men er wil bereiken. Uit het empirisch onderzoek is gebleken dat de facebookpagina van Allesoverseks niet genoeg rekening houdt met de verschillende leeftijdsgroepen. Vooral de jongvolwassenen zijn minder enthousiast over de posts van deze facebookpagina. Zij voelen zich niet aangesproken en vinden dat de pagina meer naar tieners is gericht. Deze laatste zijn er wel enthousiast over en omschreven de posts als interessant en leuk. De twitterpagina van Allesoverseks bereikt evenmin haar doelgroep aangezien de Vlaamse jongeren veel minder op deze SNS actief zijn.

Tenslotte moet worden gezegd dat de overvloedige posts op Facebook en dubbele tweets op Twitter als storend worden ervaren.

H. Beleidsaanbevelingen

Aan de hand van de empirische onderzoeksbevindingen worden in dit gedeelte van de masterproef enkele beleidsaanbevelingen gedaan. Deze zijn gericht naar alle organisaties die instaan voor de RSV

van jongeren en die hiervoor gebruik willen maken van SNSs. De recommandaties hebben meer specifiek betrekking tot de SNSs Facebook en Twitter en worden telkens vertaald naar de case van Allesoverseks. De onderstaande aanbevelingen bieden tevens een antwoord op de laatste bijvraag: *‘Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?’*

Organisaties die zich bezig houden met de RSV van jongeren bieden informatie aan die intiem en persoonlijk is van aard. Het bespreekbaar maken van dergelijke informatie op openbare SNSs ligt gevoelig. Jongeren willen hun privacy met betrekking tot seksualiteit namelijk beschermen en vinden anonimiteit hieromtrent uiterst belangrijk. Dit heeft als gevolg dat jongeren niet snel geneigd zijn om zich te associëren met een onderwerp als seks op Facebook of Twitter. Hier moet dan ook rekening mee worden gehouden.

Organisaties zoals Allesoverseks - die hun rol op SNSs willen optimaliseren - dienen eerst en vooral de privacy en de anonimiteit van de gebruikers ten volle te garanderen. Dit kan door op SNSs meer gebruik te maken van url-codes die verwijzen naar anonieme websites waarop kwalitatieve informatie te vinden is. In het onderzoek van Bull e.a. (2010) werd eveneens aangeraden om de jongeren aan de hand van links op facebookpagina's naar veiligere online discussiefora te verwijzen. Deze links kunnen in posts op Facebook of in tweets op Twitter worden geplaatst. Zo zijn SNSs geen doel op zich, maar een middel om jongeren te begeleiden naar kwalitatieve en vertrouwelijke informatiebronnen op het internet. De facebook- en twitterpagina van de organisatie Allesoverseks kunnen zo fungeren als brug tussen de jongeren en de website allesoverseks.be. Tijdens de groepsgesprekken beschreven de jongeren de facebookpagina van Allesoverseks namelijk als een alternatieve manier om naar de website te surfen.

Ten tweede wordt de organisaties die instaan voor RSV aangeraden om geen seksuele connotatie te geven aan de naam van hun facebook- of twitterpagina. Het gevaar bestaat er namelijk in dat jongeren geen fan willen worden van de facebookpagina of de twitterpagina niet willen volgen, dit omwille van privacyredenen. Het woord 'seks' gebruiken in de naam van een SNS, die bedoeld is om jongeren te informeren, is daarom geen goed idee. In de verschillende focusgroepen pleitten de jongeren dan ook voor een naamsverandering van de facebookpagina van allesoverseks.be. Ook de afkorting van de naam kan worden gebruikt. In het geval van de website van allesoverseks.be wordt een naamsverandering afgeraden. Omdat de website meer anonimiteit biedt is de naam 'allesoverseks.be' hier minder problematisch. Bovendien omschreven de jongeren de naam van de website als veelomvattend en duidelijk. Ook is deze gemakkelijk om te onthouden.

Hetzelfde geldt voor het logo van de organisatie. Het gebruiken van een neutraal logo voor een facebook- of twitterpagina wordt aangewezen. Dat verlaagt de drempel om een facebook- of twitterpagina, die een intiem onderwerp belicht, te vind-ik-leuk'en of te volgen. De jongeren uit de focusgroepen vinden dat het logo van allesoverseks.be te veel refereert naar de naam van de organisatie.

Ten derde is het belangrijk om een samenhang tussen de facebook- of twitterpagina en de website van de organisatie te creëren. De ondervraagde jongeren begrepen namelijk niet goed wat het nut van de facebookpagina van Allesoverseks is naast de succesvolle website van de organisatie. Zij zagen niet in waarom een organisatie die instaat voor RSV gebruik maakt van een facebookpagina. Het opstellen van een duidelijke missie, visie en doelstelling voor het gebruik van een SNS kan een hulpmiddel zijn. Het kan bijvoorbeeld een strategie zijn om in posts op Facebook steeds te refereren naar websites die de anonimiteit van de gebruiker verzekeren.

Ten vierde moet de informatie die organisaties op SNSs willen verschaffen inspelen op de interesses van de doelgroep die zij willen bereiken. In de empirie zagen we namelijk dat jongeren geen aandacht hebben voor posts en tweets waarvan de inhoud hen niet interesseert. Een facebook- of twitterpagina moet daarom beantwoorden aan de informatiebehoeften van de beoogde doelgroep ervan.

Dat kan niet zonder daarvoor de juiste doelgroep te bepalen. Het onderzoek toonde aan dat de doelgroep die allesoverseks.be op Facebook en Twitter wil aanspreken te breed is. De facebookpagina van Allesoverseks is volgens de ondervraagde jongvolwassenen te veel gericht naar tieners. Bijgevolg kan de groep 'jongeren van 15 tot 25 jaar' beter worden opgesplitst in een groep tieners en een groep jongvolwassenen, twee leeftijdsgroepen met elk verschillende informatiebehoeften. De twintigers vinden het dan ook beter om op één facebookpagina de tieners aan te spreken en op een totaal andere facebookpagina of SNS de jongvolwassenen aan te spreken.

Ten vijfde moet gewezen worden op de verschillen tussen de SNSs onderling. Iedere SNS is anders. Daarom dient de inhoud die men erop plaatst aangepast te worden aan de structuur en de werkwijze ervan. Zo zijn Facebook en Twitter evenmin gelijk aan elkaar. Beide SNSs hebben andere doelstellingen, zijn anders opgesteld en bieden andere voordelen. Tweets op Twitter moeten daarom anders worden opgesteld dan posts op Facebook. Een facebookpagina aan een twitterpagina koppelen, zodat de posts en tweets identiek zijn, is daarom geen goede keuze. In het geval van Allesoverseks zijn de twitter- en de facebookpagina ontkoppeld sinds april 2013, na het afnemen van de focusgroepen. Op Twitter is het gebruik van hashtags aangewezen. Door een hekje voor een specifiek woord in de tweet te plaatsen kunnen andere twittergebruikers deze tweet sneller terugvinden. Dat stimuleert de

verspreiding van de tweets van een twitterpagina of -gebruiker. Op de twitterpagina van Allesoverseks wordt echter niet genoeg getweet met het gebruik van hekjes.

Ook moet men steeds creatief omgaan met de korte boodschappen op Twitter. Een tweet mag namelijk maar 144 karakters bevatten. Deze tweets kunnen interactief worden opgesteld zodat ze vragen opwekken bij de lezer. In de onderzoeksbevindingen zagen we dat posts en tweets die interesse en vragen opwekken succesvol zijn bij jongeren.

Op Facebook kunnen posts met bijhorende afbeelding of filmpje de aandacht van jongeren wekken. Ook humoristische posts boeken succes.

Tenslotte dienen overvloedige posts en dubbele tweets, komende van één facebook- of twitterpagina, vermeden te worden. Deze komen namelijk tussen de nieuwsberichten of tweets van de fans en volgers en kunnen, indien het er te veel worden, voor frustratie zorgen. In het geval van Allesoverseks wordt er volgens de jongeren te veel gepost en getweet. Zij stellen voor om dat maximaal één keer per dag te doen.

Ten zesde hangt het succes van een facebook- of twitterpagina grotendeels af van het succes van de organisatie die eraan verbonden is. Het verwerven van naambekendheid is daarbij cruciaal. De naambekendheid van allesoverseks.be staat volgens de ondervraagde jongeren nog in de kinderschoenen. Extra reclame maken voor de organisatie is dan ook aan te raden. De jongeren uit de focusgroepen vinden het lanceren van een nieuwe TV-spot, het aanwezig zijn op festivals, het versturen van nieuwsmails, het gratis weggeven van interessante gadgets, het uitdelen van folders, het uithangen van posters en het gebruik van YouTube-filmpjes goede manieren om dat te doen.

Ook dient allesoverseks.be het bestaan van haar facebook- en twitterpagina meer te communiceren en te promoten. De jongeren gaven hiervoor de volgende tips mee:

Op Twitter kunnen bekende personen worden ingezet om statussen van Allesoverseks te retweeten. Indien tweets geretweet worden, worden deze namelijk zichtbaar voor heel wat gebruikers, zelfs voor diegenen die de twitterpagina van Allesoverseks niet volgen.

Op Facebook kan dat volgens de jongeren doormiddel van betaling. Posts kunnen worden geadverteerd of men kan ze laten terugkeren via gesponsorde verhalen. Ook kunnen wedstrijden worden georganiseerd waarbij je een post verplicht moet delen op je profiel indien je wil deelnemen.

Ten slotte wordt de organisaties die instaan voor RSV aangeraden om van het gebruik van SNSs niet hun hoofdactiviteit te maken. Activiteiten zoals jongeren informeren via scholen blijven belangrijker.

I. Algemene conclusie

In deze masterproef onderzochten we wat de betekenis is van SNSs bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit. Om deze vraag te beantwoorden werden drie bijvragen gesteld. Ten eerste: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van het informeren van jongeren over seks en relaties via sociale netwerksites?’* Ten tweede: *‘Wat zijn de mogelijke sterktes en zwaktes van de sociale netwerksites die ingezet worden voor de organisatie Allesoverseks?’* Ten derde: *‘Hoe kunnen organisaties zoals Allesoverseks RSV van jongeren via sociale netwerksites optimaliseren?’*

Deze vragen werden beantwoord in het eerste en het tweede deel van deze masterproef.

De literatuurstudie ging allereerst dieper in op de betekenis van SNSs. De aandacht werd daarbij gevestigd op de SNSs Facebook en Twitter. Vervolgens werd ingegaan op de rol van SNSs voor educatieve en informatieve doeleinden. Tot slot werd het academisch debat weergegeven over de functie van SNSs voor de RSV van (Vlaamse) jongeren. Het tweede luik omvatte het empirisch onderzoek. Hier werd als case de facebook- en twitterpagina van de jongerenwebsite allesoverseks.be bestudeerd. Er werd voor een kwalitatieve onderzoeksmethodiek gekozen. Zes focusgroepen met Vlaamse jongeren werden afgenomen: drie met tieners (van 15 tot 19 jaar) en drie met jongvolwassenen (van 20 tot 25 jaar). Via een drop-off werden de jongeren bevraagd over de frequentie van hun facebook- en twittergebruik, maar ook over hun gebruik van andere SNSs. Tijdens de groepsgesprekken werd gepeild naar de perceptie van de jongeren over de website allesoverseks.be en haar twitter- en facebookpagina.

De literatuurstudie en het empirisch onderzoek gaven aan dat de betekenis van SNSs bij het informeren en vormen van Vlaamse jongeren omtrent relaties en seksualiteit niet eenduidig is. Deze masterproef concludeert dat SNSs in hun pure vorm niet geschikt zijn voor de RSV van jongeren. SNSs worden namelijk amper tot niet geraadpleegd door jongeren als bron voor informatie over seksualiteit. De redenen hiervoor worden hieronder samengevat:

Ten eerste gaat de vorming over relaties en seksualiteit voorbij aan de hoofdactiviteit op SNSs. Zowel de literatuur, alsook de empirie toonden aan dat SNSs, en Facebook vooral, hoofdzakelijk gebruikt worden voor sociale doeleinden. Gebruikers zijn actief op Facebook om in contact te blijven met vrienden, kennissen en familie. De drop-off toonde echter aan dat enkele respondenten deze SNS ook gebruiken voor schoolwerk. Ook de behandelde literatuur beschreef enkele projecten waarbij

Facebook een educatief einddoel had. Toch moet Facebook in het algemeen als een communicatiemiddel worden gezien.

Ten tweede worden online bronnen weinig geraadpleegd voor het opzoeken van informatie omtrent seksualiteit. Informatie over seks en relaties wordt eerder vergaard in de offline wereld. De literatuurstudie en het empirisch onderzoek brachten aan het licht dat vrienden en ouders de belangrijkste informatiebronnen zijn voor jongeren voor wat betreft thema's als seksualiteit. Bovendien staan de jongeren kritisch tegenover de kwaliteit van de informatie over seks die te vinden is op het web. Indien jongeren wel op het internet surfen voor het zoeken van dergelijke informatie, opteren zij voor het gebruik van klassieke websites. Deze zijn namelijk meer anoniem en houden meer rekening met de privacy van de gebruiker. Ook de Vlaamse scholen zijn een belangrijke bron van informatie over seksualiteit. De participanten aan de focusgroepen kenden een belangrijkere rol toe aan de school dan verschillende auteurs in de literatuurstudie.

Ten derde is seksualiteit een intiem onderwerp waarmee jongeren zich niet willen associëren op SNSs. Dit verklaart waarom zeer weinig jongeren organisaties die instaan voor RSV volgen op SNSs.

Deze masterproef stelt echter niet dat SNSs geen enkele rol spelen voor RSV van jongeren. Organisaties kunnen jongeren via SNSs namelijk in grote aantallen en op een laagdrempelige manier bereiken. Bijna alle jongeren zijn immers actief op ten minste één SNS.

In deze huidige technologische samenleving is het web 2.0 niet meer weg te denken. Het is daarom noodzakelijk om als organisatie op SNSs actief te zijn. Met deze laatste stelling waren ook de ondervraagde jongeren het eens.

Daarom moeten organisaties die instaan voor RSV de privacy van de jongeren op SNSs zo veel mogelijk beschermen. Dat kan door op SNSs meer gebruik te maken van links die verwijzen naar gespecialiseerde websites die meer anoniem zijn en inspelen op de informatiebehoeften van jongeren. Zo zijn SNSs geen doel op zich, maar een instrument om jongeren te begeleiden naar kwalitatieve en vertrouwelijke informatiebronnen. Op deze manier dragen SNSs eerder op een indirecte manier bij tot de RSV van jongeren. Traditionele informatiebronnen zoals vrienden, scholen, opvoeders en ouders blijven nog steeds de belangrijkste bronnen voor jongeren, omwille van de gevoeligheid van het onderwerp.

Aangezien er zeer weinig academisch onderzoek is verricht over de betekenis van SNSs voor RSV van jongeren, is de bovenstaande conclusie in de eerste plaats tot stand gekomen aan de hand van de onderzoeksresultaten van het empirisch onderzoek. Dit onderzoek berust op de bevindingen die zijn gevonden door het afnemen van focusgroepen. Daarbij werd naar een evenwicht tussen mannelijke en

vrouwelijke respondenten gezocht. Het bleek echter moeilijker om jongens te overtuigen om deel te nemen aan groepsgesprekken die het onderwerp ‘seksualiteit’ belichten. Bijgevolg waren de meisjes oververtegenwoordigd in bijna alle focusgroepen. Daarenboven bestond één focusgroep uit slechts vijf respondenten.

Deze mogelijke struikelblokken moeten voor toekomstig onderzoek in rekening worden gebracht. Zo kan de betekenis van SNSs voor RSV van volwassenen, ouders, leerkrachten en andere groepen van onze samenleving nog worden onderzocht. Andere studies kunnen de betekenis van andere SNSs buiten Facebook en Twitter nog meer onder de loep nemen. Bovendien moet RSV op SNSs vanuit andere cases worden bestudeerd.

J. Bibliografie

Monografieën, artikels uit tijdschriften en artikels uit verzamelwerken:

ABNER (E.), CARLYLE (K.), CUPP (P.), HANSEN (G.), ROBERT (P.A.) & ZIMMERMAN (R.) The effects of a computer-based-pregnancy, STD, and HIV prevention intervention: A nine-school trial. In: *Health Communication*, 2007, vol. 21, nr. 2, pp. 115-124.

ACQUISTI (A.) & GROSS (R.) *Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on Facebook*. Privacy Enhancing Technologies Workshop, 2006, pp. 36-58.

AGOSTO (D.E.) & HUGHES-HASSEL (S.) People, places and questions: an investigation of the everyday life information-seeking behaviours of urban young adults. In: *Library & Information Science Research*, 2005, vol. 27, nr. 2, pp. 141-163.

ALBRECHTSLUND (A.) Online Social Networking as Participatory Surveillance. In: *Peer-Reviewed Journal on the Internet*, 2008, vol. 13, nr. 3, pp. 1-15.

APPADURAI (A.), BERNETT (S.) & CLEMONS (E.K.). The Future of Advertising and the Value of Social Network Websites: Some Preliminary Examinations. In: *ICEC '07: Proceedings of the ninth international conference on Electronic commerce*, ACM, 2007, pp.267-276.

ASUR (S.), HUBERMAN (B.A.), SZABO (G.) & WANG (C.) *Trends in Social Media: Persistence and Decay*. California Stanford University, Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2011, pp. 8.

BARAN (B.) Facebook as a formal instructional environment. In: *British Journal of Education Technology*, 2010, vol. 41, nr. 6, pp. 146-149.

BEER (D.) Social network(ing) sites... Revisiting the story sofar: A response to Danah Boyd & Nicole Ellison. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, pp. 516-529.

BEER (D.) & BURROWS (R.) Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. In: *Sociological Research online*, 2007, vol. 12, pp. 17.

BERNOFF (J.) & CHARLENE (L.) *Groundswell. De impact van sociale media: van uitdaging naar zakelijk succes*. Boston, Schouten & Nelissen, 2011, pp. 327.

BERGLAS (N.F.), BRINDIS (C.D.), RALPH (L.J.) & SCHWARTZ (S.L.) Finding Teens in Their Space: Using Social Networking Sites to Connect Youth to Sexual Health Services. In: *Sex Res Soc Policy*, 2011, vol. 8, pp. 38-49.

BITTANTI (M.), BOYD (H.), HERR-STEPHENSON (B.), HORST (H.), ITO (M.), LANGE (P.G.), PASCOE (C.J.) & ROBINSON (L.) *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*, MacArthur Foundation, 2008, pp. 58.

BOCKLANDT (P.) *Niet alle smileys lachen. Onlinehulp in eerstelijnswelzijnswerk*. Leuven/Den Haag, Acco, 2011, pp. 370.

BOIES (S.C.), COOPER (A.), GORDON (B.L.) & SCHERER (C.R.) Sexuality on the Internet: From Sexual Exploration to Pathological Expression. In: *Professional Psychology: Research and Practice*, 1999, vol. 30, nr. 2, pp. 154-164.

- BOND (B.J.), DROGOS (K.L.) & HEFNER (V.) Information-Seeking Practices during the Sexual Development of Lesbian, Gay, and Bisexual Individuals: The Influence and Effects of Coming Out in a Mediated Environment. In: *Sexuality & Culture*, 2009, vol. 13, nr. 1, pp. 32-50.
- BOUWMAN (H.), DEN BOER (D.J.), FRISSEN (V.) & HOUBEN (M.) Hoofdstuk 9 uit *Methodologie en statistiek voor communicatieonderzoek*. Bohn Stafleu Van Loghum, 1994, pp. 145-162.
- BOYD (D.M.) Social Network Sites: Public, Private, or what? In: *Knowledge Tree*, 2007, pp. 1-7.
- BOYD (D.M.) & ELISSON (N.B.) Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In: *Journal of computer-Mediated Communication*, 2008, vol. 13, pp. 210-230.
- BROWN (J.D.), KELLER (S.) & STERN (S.) Sex, Sexuality, Sexting, and SexEd: Adolescents and the Media. In: *The Prevention Researcher*, 2009, vol.16, nr. 4, pp. 12-16.
- BROWN (J.D.), KENNEAVY (K.) & LADIN L'ENGLE (K.) The mass media are an important context for adolescents' sexual behavior. In: *Journal of Adolescent Health*, 2006, vol. 38, pp. 186-192.
- BRESLIN (L.T.), BULL (S.S.), LEVINE (D.), SANTELLI (J.S.) & WRIGHT (E.E.) Case Study: An Ethics Case Study of HIV Prevention Research on Facebook: The Just/Us Study. In: *Journal of Pediatric Psychology*, 2010, vol. 36, nr. 10, pp. 1082-1092.
- CALZO (J.P.) & SUZUKI (L.K.) The search for peer advice in cyberspace: An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality. In: *Applied Developmental Psychology*, 2004, vol. 4, pp. 685-698.
- CECCHINO (N.J.) & MORGAN (S.E.) Use of Urban Adolescent Natural Language to Access Sexual Health Information and Education. In: *Journal of Consumer Health on the Internet*, 2009, vol. 13, pp. 31-41.
- CHI-YIN YUEN (S.) & HUNG (H.) Educational use of social networking technology in higher education. In: *Teaching in Higher Education*, 2010, vol. 15, nr. 6, pp. 703-714.
- CRUYSSAERT (B.) voor SENSOA. *Jaarrapport 2011 Sensoa*. Lambrechts en Sensoa VZW, 2011, pp. 32.
- CUSTERS (K.) & MORTELMANS (D.) *Jongereninformatie in Vlaanderen: eindrapport*. Antwerpen, Universiteit Antwerpen, 2006, pp. 246.
- CURRAN (K.), GRAHAM (S.) & TEMPLE (C.) Advertising on Facebook. In: *International Journal of E-Business Development (IJED)*, 2011, vol. 1, nr. 1, pp. 26-33.
- DAVIES (R.K.), DOUGLAS (M.H.), FIDEL (R.) & HOLDER (J.K.) e.a. A visit to the information mall: Web searching behavior of high school students. In: *Journal of the American Society for Information Science*, 1999, vol.50, nr. 1, pp. 24-37.
- DE CLERCK (M.L.), EGGERMONT (S.), OPGENHAFFEN (M.) & VANDENBOSCH (L.) *Een onderzoek naar de informatiebehoefte van kinderen, tieners en jongeren Een onderzoek uitgevoerd in opdracht van het Vlaams Informatiepunt Jeugd*. Leuven, Leuven school for mass communication research, 2008, pp. 226.
- DIVECHA (Z.), DIVNEY(A.), ICKOVICS (J.) & KERSHAW (T.) Tweeting about testing: do low-income, parenting adolescents and young adults use new media technologies to communicate about sexual health? In: *Perspectives on sexual and reproductive health*, 2012, vol. 44, nr. 3, pp. 176 – 183.

ELLISON (N.B.), LAMPE (C.) & STEINFELD (C.) The Benefits of Facebook «friends»: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, vol. 12, pp. 1143-1168.

GRANT (L.) & SELWYN (N.) Researching the realities of social software use - an introduction. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34., nr. 2, pp. 79-86.

GRIFFITH (S.) & LIYANAGE (L.) *An introduction to the potential of social networking sites in education*. In: LEFOE (J.), MANTEI (J.) e.a., *Proceedings of the Second Emerging Technologies Conference 2008*, University of Wollongong, 2008, pp. 76-81.

GRUBBS HOY (M.) & MILNE (G.) Gender Differences in privacy-related measures for Young Adult Facebook Users. In: *Journal of Interactive Advertising*, 2000, vol. 10, nr. 2, pp. 28-45.

GUMMADI (K.P.), KRISHNAMURTHY (B.), LIU (Y.) & MISLOVE (A.) Analyzing Facebook Privacy Settings : Expectations vs. Reality. In: *IMC*, 2011, pp. 61-70.

HASINOFF (A.) Sexting as media production: Rethinking social media and sexuality. In: *New Media & Society*, 2012, vol. 10, pp.1-17.

HERMAN (J.), MCDANIEL (M.), ROBLYER (M.D.), WEBB (M.) & WITTY (J.V.) Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. In: *Internet and Higher Education*, 2010, vol. 13, pp. 134-140.

HEW (K.F.) Students' and teachers' use of Facebook. In: *Computers in Human Behaviour*, 2011, vol. 27, pp. 662-676.

HOOLEY (T.), MADGE (C.), MEEK (J.) & WELLENS (J.) Facebook, social integration and informal learning at University: it is more for socialising and talking to friends about work than for actually doing work. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, pp. 141-155.

HUTCHISON (A.) & WANG (W.) Blogging within a social networking site as a form of literature response in a teacher education course. In: *Educational Media International*, 2012, vol. 49, nr. 4, pp. 263-275.

JAHNKE (I.) Informal Learning via Social Media: Preparing for Didactical Designs. In: TOKAR (A.), BEURSKENS (M.) e.a., *Science and the internet*, Düsseldorf University Press, 2012, pp. 59-72.

JIN (S.A.A.) & PHUA (J.) Finding a home away from home: The use of social network sites by Asia-Pacific students in the United States for bridging and bonding social capital. In: *Asian Journal of Communication*, 2011, vol. 21, nr. 5, pp. 52-62.

JOINSON (N. A.) 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and uses of Facebook. In: *CHI 2008 Proceedings*, 2008, pp. 1027-1036.

JONKER (M.) & OHLRICH (Y.) Seksuele moraal en jonge zedendaders: worden grenzen steeds vager? In: *Tijdschrift voor Seksuologie*, 2009, vol. 33, pp. 121-126.

JULIEN (H.) & MCKECHNIE (L.) What we've learned about the role of affect in information behaviour/information retrieval. In: *Isko - Congreso*, 2005, vol. 7, pp. 342 - 356.

KARPINSKI (A.C.) & KIRSCHNER (P.A.) Facebook and academic performance. In: *Computers in Human Behavior*, 2010, vol. 26, pp. 1237-1245.

- KIRBY (D.) *Emerging Answers 2007: Research Findings on Programs to Reduce Teen Pregnancy and Sexually Transmitted Diseases*. Washington, The National Campaign to Prevent Teen Pregnancy, 2007, pp. 204.
- KREPS (D.G.) Performing the discourse of sexuality online. Foucault, Butler, and video-sharing on sexual networking sites. In: *Proceedings of the Fifteenth Americas Conference on International Systems*, San Francisco, 2009, pp.118-132.
- KWAK (H.), LEE (C.), PARK (H.) & MOON (S.) *What is Twitter, a Social Network or a News Media?* Daejeon in Korea, KAIST Department of Computer Science, 2010, pp.10.
- KYUNG-SUN (K.) & SEI-CHING (J.S.) International students' everyday life information seeking: the international value of social networking sites. In: *Library and Information Science Research*, 2013, vol. 33, pp.107-116.
- LENHART (A.), PURCELL (K.), SMITH (A.), ZICKUHR (K.) *Social Media and Mobile Internet Use Among Teens and Young Adults*. Washington, Pew Research Center, 2010, pp. 51.
- LEWIS (L.), KLEINER (B.) & THOMAS (N.) Educational technology in teacher education programs for initial licensure. Washington, U.S. Department of Education, 2007, pp. 63.
- LIVINGSTONE (S.) Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. In: *New Media Society*, 2008, vol. 10, nr. 3, pp. 393-411.
- LYON (M.), ROGERS (J.) & SUMMERS (D.) Abstinence-only education policies and programs: a position paper of the Society for Adolescent Medicine. In: *Journal of Adolescent Health*, 2006, vol. 38, pp. 83-87.
- MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) I'll See You On "Facebook": The Effects of teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate. In: *Communication Education*, 2007, vol. 56, nr. 1, pp. 1-17.
- MAZER (J.P.), MURPHY (E.) & SIMONDS (J.) The effects of teacher self-disclosure via Facebook on teacher credibility. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, pp. 175-183.
- MAZMAN (G.) & USLU (Y.K.) Gender differences in using social networks. In: *Turkish Online Journal of Education Technology*, 2011, vol. 10, nr. 2, pp. 133-138.
- MITCHEL (C.) & WEBER (S.) Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies. In: BUCKINGHAM (D.), *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge, MA, The MIT Press, 2008, pp. 25-48.
- MITCHEL (C.) & WEBER (S.) *Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies*. Montreal, McGill University, pp.23.
- MORAN (M.), SEAMAN (J.) & TINTI-KANE (H.) *Teaching, Learning, and Sharing: How Today's Higher Education Faculty Use Social Media*. Boston, Pearson, 2011, pp. 1-27.
- MORTELMAANS (D.) *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven/Den Haag, Acco, 2007, pp. 536.
- PEETERS (K.) *Relationele en seksuele vorming. Handboek voor secundair onderwijs*. Antwerpen, Garant, 2011, pp. 300.

- POLLARA (P.) & ZHU (J.) Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial space. In: *Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 2011, pp. 3330-3338.
- PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECT. *Social networking sites and our lives. How people's trust, personal relationships, and civic and political involvement are connected to their use of social networking sites and other Technologies*. Washington, 2011.
- SEELY-BROWN (J.) & THOMAS (D.) *A new culture of learning*. Charleston, SC, Createspace, 2011, pp. 140.
- SELWYN (N.) Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. In: *Learning, Media and Technology*, 2009, vol. 34, nr. 2, pp. 157-174.
- SELWYN (N.) Sociale Media in Higher Education. The Europa World of Learning, 2012, pp. 10.
- SENSOA *Allesoverseks.be – Een samenvatting van 2012 op basis van het rapport van Artevelde*. Antwerpen, SENSOA, 2012, pp. 10.
- SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren en seksualiteit*. Antwerpen, SENSOA, 2011, pp. 416.
- SENSOA *Feiten en Cijfers: Jongeren, seksualiteit en internet*. Antwerpen, SENSOA, 2009, pp. 15.
- SENSOA *Het RSV dossier – strenghts & opportunities*. Antwerpen, SENSOA, 2013, pp. 26.
- SENSOA *Een Vlaamse visie op relationele en seksuele vorming*. Nog niet gepubliceerd, 2013, pp. 21.
- SENSOA *Sensoa 360°*. Antwerpen, SENSOA, 2007, pp. 17.
- TCOCAM. Sexuality, Contraception, and the Media. I: *Pediatrics*, 2010, pp. 576-582.
- SHADE (L.R.) Contested spaces: protecting or inhibiting girls online? In: DIXON (S.) & WEBER (S.), *Growing Up Online: Young People and Digital Technologies*, 2007, pp. 227-244.
- SUMAN (M.) & YBARRA (M.L.) Reasons, assessments and actions taken: sex and age differences in uses of Internet health information. In: *Health Education Research*, 2008, vol. 23, nr. 3, pp. 517.
- TYNES (B.M.) Internet Safety Gone Wild?: Sacrificing the educational and Psychosocial Benefits of Online Social Environments. In: *Journal of Adolescent Research*, 2007, vol. 22, nr. 575, pp. 574-584.
- THIEL-STERN (S.) Feminity out of control on the Internet: a critical analysis of media representations of gender, youth, and Myspace.com in international news discourses. In: *Girlhood Studies: An Interdisciplinary Journal*, 2009, vol. 2, pp. 20-39.
- VALKENBURG (P.) *Beeldschermkinderen: Theorieën over kind en media*. Amsterdam, Universiteit Amsterdam, 2002, pp. 198.

Online bronnen:

- APESTAARTJAREN 3 *Onderzoeksrapport*.
http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3_onderzoek_digitaal.pdf
- APESTAARTJAREN 4 *Onderzoeksrapport*.
http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport_apestaartjaren_4.pdf

DE GRAAF (H.) & VANWESENBEECK (I.) *Seks is een game. Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet.* http://www.ouders.nl/pdf/rapport_seks_en_internet.pdf.

VLAAMSE SCHOLIERENKOEPEL *Is seksuele opvoeding passé. Advies relationele en seksuele vorming op school* 2010.
http://www.scholierenkoepel.be/sites/default/files/wysiwyg/advies_rsv_op_school_2010-09-11.pdf.

FRAWLEY (T.), MCGARRY WOLF (M.), TORRES, (A.), WOLF (M.) & WOLF (S.) *Using Social Media to enhance Learning through Collaboration in Higher Education: A case study* 2012,
<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/124597/2/wolf%20social%20media%20case%20study%20AAEA%20ValuePulse.pdf>

GREENE (R.L.) Facebook: Like? <http://moreintelligentlife.com/content/ideas/robert-lane-greene/facebook?page=full>.

IN PETTO *Relationeel en seksueel welzijn bij maatschappelijk kwetsbare jongeren 1999.*
<http://www.inpetto-jeugddienst.be/LinkClick.aspx?fileticket=552F46756D43377875684D3D>

IN PETTO Jeugddienst Informatie en Preventie. *Relationeel en seksueel welzijn bij maatschappelijk kwetsbare jongeren.* <http://www.inpetto-jeugddienst.be/LinkClick.aspx?fileticket=552F46756D43377875684D3D>

JEUGD EN SEKSUALITEIT *Noden en behoeften bij jongeren rond relaties en seksualiteit in 2011.*
<http://www.jeugdensexualiteit.be/dossiers/Verslag%20noden%20en%20behoefte%20van%20jongeren%20rond%20relaties%20en%20seksualiteit%20in%202011.pdf>

KAGETO (M.), KIRKPATRICK (G.) & SATO (S.) *Analysis of Informal Use of Social Media through Formal Project-based Learning* 2012 <http://ebookbrowse.com/5-analysis-of-informal-use-of-social-media-through-formal-project-based-learning-docx-d413563563>

NATIONAL SCHOOL BOARDS ASSOCIATION *Creating and Connecting: Research and Guidelines on Online Social – and Educational – Networking* 2007
<http://socialnetworking.procon.org/sourcefiles/CreateandConnect.pdf>

RING (M.) *Integrating Facebook Into distance Education and Online Learning Environments: To Promote Interactieve Online Learning Communities.*
<http://scholarspace.manoa.hawaii.edu/handle/10125/22476>

SMITH (A.) & ZICKUHR (K.) *Digital Differences.*
http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP_Digital_differences_041312.pdf.

VLAAMSE SCHOLIERENKOEPEL. *Is seksuele opvoeding passé. Advies relationele en seksuele vorming op school.*
http://www.scholierenkoepel.be/sites/default/files/wysiwyg/advies_rsv_op_school_2010-09-11.pdf

WHO - Regional Office for Europe en het Federal Centre for Health Education. *Standards for Sexuality Education in Europe* 2010. <http://www.euro.who.int/en/what-we-publish/information-for-the-media/sections/latest-press-releases/new-european-guidelines-on-sexuality-education-experts-say-sexuality-education-should-start-from-birth>

Gebruikte websites:

ALLESOVERSEKS <http://www.allesoverseks.be>

BZGA <http://www.bzga-whocc.de/?uid=072bde22237db64297daf76b7cb998f0&id=Seite4486>

E-BUSINESS <http://www.ebizmba.com>

FACEBOOK <http://www.facebook.com>

NETLOG <http://nl.netlog.com/allesoverseks>

SENSOA. <http://www.sensoa.be>

TWITTER <http://twitter.com>

SOCIAL BAKERS <http://www.socialbakers.com>

K. Lijst Bijlagen

Bijlage 1: lijst focusgroepen met deelnemende respondenten en gegevens.

Bijlage 2: Voorwoord focusgroepen. Voorbereiding introductie start focusgroepen. Dit document toont hoe de respondenten voor de start van de focusgroepen telkens werden voorbereid op het gesprek.

Bijlage 3: Voorbeeld van de vragenlijst voor de drop-off + topiclijst die fungeerde als hulpmiddel bij de begeleiding van de focusgroepen.

Bijlage 4: De ingevulde vragenlijsten. Er werd aan de participanten gevraagd op voorhand enkele vragen te beantwoorden.

Bijlage 5: De uitgeschreven focusgroepen.

Bijlage 6: Enkele foto's ter illustratie van de focusgroepen en de voorbereidingen.

Bijlage 7: Deelnemersformulier, een voorbeeld van hoe ik als moderator respondenten heb gezocht voor mijn focusgroepen.

CD-Rom:

Bijlagen Masterproef + PDF Masterproef + Opnames focusgroepen