

30 september 2009

Jongeren 2009: 'we laten ons niet gek maken'

"Wij denken dat veel jongeren de ontwikkelingen als een gegeven beschouwen en proberen om er het beste van te maken."



We hebben weer nieuwe cijfers! Vandaag presenteert **Qrius** de tiende editie van het **Jongerenonderzoek**. Uit 'Jongeren 2009' blijkt dat een grote meerderheid (77%) van de jongeren zegt zelf geen last te hebben van de economische recessie. Nog belangrijker is dat 91% positief is over zijn/haar eigen toekomst, 30% zelfs heel positief. Enkele andere conclusies die het onderzoeksbureau trekt:

- Veel twintigers zijn te dik.
- Zorgen om de opkomst van de Islam nemen toe.
- Veel vernieuwingen op mediagebied slaan nog niet aan.

Gezondheid: veel twintigers zijn te dik

In de publieke opinie is er op dit moment **veel aandacht voor te dikke kinderen**. Uit Jongeren 2009 blijkt dat de problemen bij kinderen eigenlijk nog wel meevallen als we een vergelijking maken met twintigers. Daarvan is namelijk 43% te dik, zoals blijkt uit dit overzicht:

	10-11 jaar	12-14 jaar	15-19 jaar	20-24 jaar	25-29 jaar
Te mager	5%	6%	4%	3%	3%
Normaal	80%	79%	85%	60%	49%
Te zwaar	14%	13%	9%	29%	37%
Veel te zwaar	2%	3%	3%	8%	11%

De percentages zijn berekend op basis van de verzamelde gegevens over de lengte en het gewicht van kinderen en jongeren. Duidelijk is te zien dat jongeren van 15-19 jaar het minste last hebben van overgewicht.

Maatschappij: zorgen om opkomst Islam nemen toe

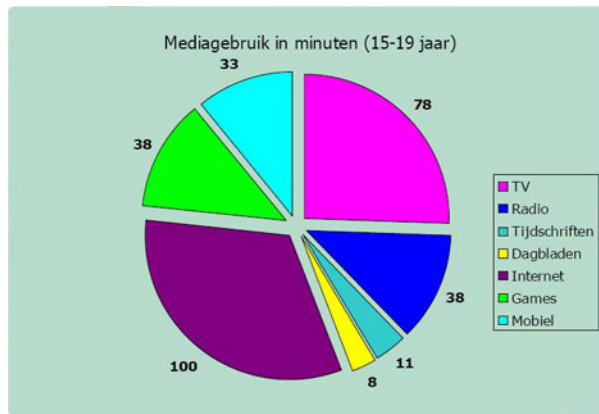
In Jongeren 2009 is ook gevraagd over welke maatschappelijke onderwerpen jongeren zich zorgen maken, en in welke mate. Jongeren van 15-29 jaar maken zich het meest zorgen over de opwarming van het **klimaat** (18% zet dit op nummer 1), gevolgd door de opkomst van de Islam in Nederland (17%) en de veiligheid op straat en op school (16%). In vergelijking met eerdere metingen zijn de zorgen om de Islam vrij sterk toegenomen.

Jongeren van 15-29 jaar is ook gevraagd wat hun verwachtingen zijn voor het jaar 2010 op financieel gebied:

- 43% verwacht dat hun inkomsten zullen toenemen; 18% verwacht een daling.
- Slechts 5% verwacht schulden te moeten maken.
- 63% van de jongeren wil bijspringen als hun ouders in financiële moeilijkheden komen, bijvoorbeeld door meer te werken en kostgeld te betalen.

Media: ander gebruik van televisie, veel vernieuwingen slaan nog niet aan

Jongeren maken, zoals bekend, veel gebruik van media. Jongeren van 15-19 jaar besteden per dag **bijna 4 uur** aan media (235 minuten). Jongeren van 20-24 jaar 263 minuten en jongeren van 25-29 jaar 277 minuten.



Toelichting: in de tabel staat het aantal minuten dat kinderen en jongeren, gemiddeld, per dag aan een medium besteden. Alle kinderen en jongeren zijn meegerekend, ook degenen die een medium niet gebruiken. Onder 'internet' vallen alle activiteiten die je via dat medium kunt doen.

Ten opzichte van 2007 zijn grote verschillen in het gebruik van televisie te zien. Jongeren van 15-19 jaar besteden nog maar 72% van hun kijktijd voor een 'normale' televisie. Er wordt steeds minder vaak gekeken op het moment dat een programma wordt uitgezonden. Er wordt steeds meer gekeken naar losse afleveringen van series die via internet worden verkregen. Er wordt steeds minder gezapt.

Als het gaat om internet valt op dat veel vernieuwingen (nog?) niet aan slaan; denk aan *widgets* en *tutorials* maar bijvoorbeeld ook aan **Twitter**. Weinig jongeren hebben een *smartphone*. Verder blijkt uit het onderzoek dat van de **peuters van 2 en 3 jaar oud** in Nederland al **26%** minimaal één keer per week op internet zit.

"Twitter? Dat is meer iets voor politieke partijen."
Meisje, student, HBO/WO.

Thema: we laten ons niet gek maken

Het overkoepelende thema van Jongeren 2009 is: 'we laten ons niet gek maken'. Kinderen en jongeren reageren betrekkelijk nuchter op alle echte of vermeende tegenslagen die op ze afkomen. Uit het onderzoek komt het beeld naar voren dat jongeren nog steeds volop plannen en ambities hebben en een **positieve kracht** vormen.

Het thema is ook van toepassing op andere onderdelen van het onderzoek. De onderzoekers van Qrius constateren dat er tal van nieuwe ontwikkelingen zijn die door jongeren eigenlijk heel goed opgepakt zouden kunnen worden, maar die op dit moment toch niet op grote schaal doorbreken. Het lijkt erop dat jongeren op dit moment tevreden zijn met dingen die al gedurende wat langere tijd beschikbaar zijn en dat ze nog volop mogelijkheden zien om zich als gebruiker van die producten en diensten **verder te ontwikkelen**.

Uit Jongeren 2009 blijkt dat een grote meerderheid heel tevreden is over zijn of haar leven, net als in voorgaande jaren. Dat ze bereid en in staat zijn om zich aan te passen, als de situatie daar om vraagt. En dat ze altijd positief blijven over hun persoonlijke toekomst en er op rekenen dat dingen uiteindelijk echt wel **op hun pootjes terecht** komen.

Jongeren 2009 is de **tiende editie** van het Jongerenonderzoek. In 1991 verscheen het eerste onderzoek, daarna is het iedere twee jaar uitgevoerd. 'Jongeren' is dus een lang lopend onderzoeksprogramma, waarvan sommige onderdelen al sinds 1976 worden onderzocht. Het is, mede vanwege deze looptijd en de uitvoerige opzet, één van de belangrijkste bronnen van informatie over kinderen en jongeren in Nederland.

'Jongeren' stelt zich tot doel om op wetenschappelijk verantwoorde wijze informatie over kinderen en jongeren te verzamelen. In het onderzoek komt een **breed scala aan onderwerpen** aan bod, zoals onderwijs en werk, inkomsten en uitgaven, sporten en andere vormen van vrijetijdsbesteding, mediagebruik, normen en waarden, gezondheid en het gebruik van allerlei producten en diensten.

Voor Jongeren 2009 zijn **4.444 kinderen en jongeren van 6 t/m 29 jaar** ondervraagd, alsmede **1.195 ouders** van kinderen van 0 t/m 9 jaar. Beide groepen zijn representatief voor de populatie van kinderen, jongeren en ouders in de betreffende leeftijdsgroepen in

Nederland. Het veldwerk heeft plaatsgevonden van januari tot en met april 2009. Aanvullend zijn in juli 2009 negen groepsdiscussies met jongeren gehouden. In september 2009 zijn sommige gegevens uit het onderzoek geactualiseerd.

*Het onderzoek wordt uitgevoerd door **Qrius** en gefinancierd door tientallen bedrijven en instellingen. De rapportage is **hier** te bestellen (55 euro).*