



'GEZONDERZOEK' ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA

Een kwalitatief onderzoek onder ouders en kinderen in opdracht van JOGG

JESCA DEMBINSKI
MARIJE BAKKER

AMSTERDAM, NOVEMBER 2022

INHOUDSOPGAVE

- > Vooraf 03
- > Management summary 07
- > Resultaten 10
 - Wat vinden kinderen leuk aan social media en wat vinden ouders? 11
 - Wat zien kinderen op social media (eten & drinken)? 16
 - Wat vinden kinderen en ouders hiervan? 22
 - Welke ideeën zijn er voor gezondere social media omgeving? 27
- > Bijlagen 30





AANLEIDING EN DOEL ONDERZOEK



Social media is van invloed op (leefstijl)gedrag van kinderen en jongeren

- > JOGG zet zich in voor een samenleving waarin kinderen en jongeren gezond kunnen opgroeien.
- > Naast school of de buurt, is de social media omgeving van jongeren en kinderen van grote invloed op hun (leefstijl)gedrag. Momenteel zijn er (nog) weinig tot geen regulaties om kinderen en jongeren te beschermen voor de negatieve invloed van de content die ze te zien krijgen, zoals het eten van fastfood of het drinken van suikerhoudende energy drinks.

Welke 'ongezonde' content komen jongeren tegen?

- > Resultaten uit eerder onderzoek tonen aan dat kinderen en jongeren veelvuldig worden blootgesteld aan ongezonde voeding op social media. Bijvoorbeeld: onder kinderen van 6 tot 12 jaar ziet 40% reclame voor chips, snacks, snoep of frisdrank. Bij tieners is dit 53,5%.
- > Via kwalitatief onderzoek wil JOGG de relatie inzichtelijk maken tussen wat kinderen en jongeren zien op social media en wat zij eten, drinken en doen. Ze zijn benieuwd welke 'ongezonde' content jongeren dagelijks online tegenkomen, wat dit met hun doet en hoe ouders en opvoeders hier tegenover staan.

Onderzoeksvragen

Wat is de relatie tussen wat jongeren en kinderen op social media aan ongezonde voeding zien en hun leefstijl? En wat is het perspectief van de ouders hierop?

- > Wat zien kinderen en jongeren op social media aan ongezonde voeding?
- > Wat zijn de gevolgen van ongezonde social media content op de leefstijl van jongeren en kinderen?
- > Wat is het perspectief van ouders op de ongezonde social media content?
- > Wat zou volgens kinderen en ouders bij kunnen dragen aan een gezondere social media omgeving?

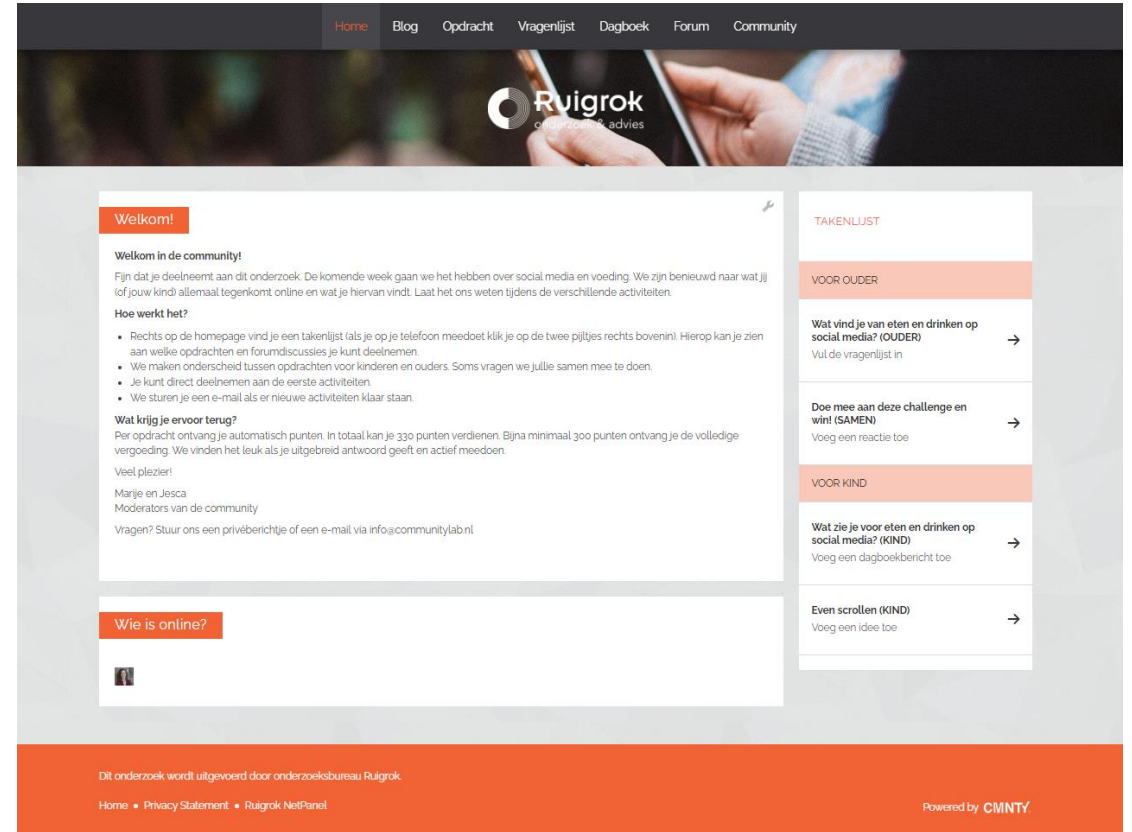
ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Methode en doelgroep

- > Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, is gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek in de vorm van een kortlopende Online Research Community.
- > Aan de Research Community hebben 18 ouder-kind koppels deelgenomen:
 - 6 koppels van 1 ouder en 1 kind tot 12 jaar.
 - 6 koppels van 1 ouder en 1 kind tussen 12 en 15 jaar (zittend op middelbare school).
 - 6 koppels van 1 ouder en 1 kind tussen 16 en 18 jaar (zitten op middelbare school, of vervolgonderwijs).
- > De community duurde 7 dagen en we hebben de mening van deelnemers gevraagd door middel van individuele opdrachten, een dagboek, korte vragenlijsten en forumdiscussies. Soms waren de opdrachten alleen voor het kind, soms alleen voor de ouders en soms voerden zij de opdrachten gezamenlijk uit.
- > We hebben nog 4 verdiepende interviews uitgevoerd met ouder-kind koppels en 2 met alleen de ouder.

Kwalitatief onderzoek

- > Het is belangrijk rekening te houden met de indicatieve aard van kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek legt de nadruk op welke aspecten van belang zijn en niet op de cijfermatige verdeling van die aspecten.



- > Screenshot van de homepage van de community

OVER DIT RAPPORT

Opbouw rapport

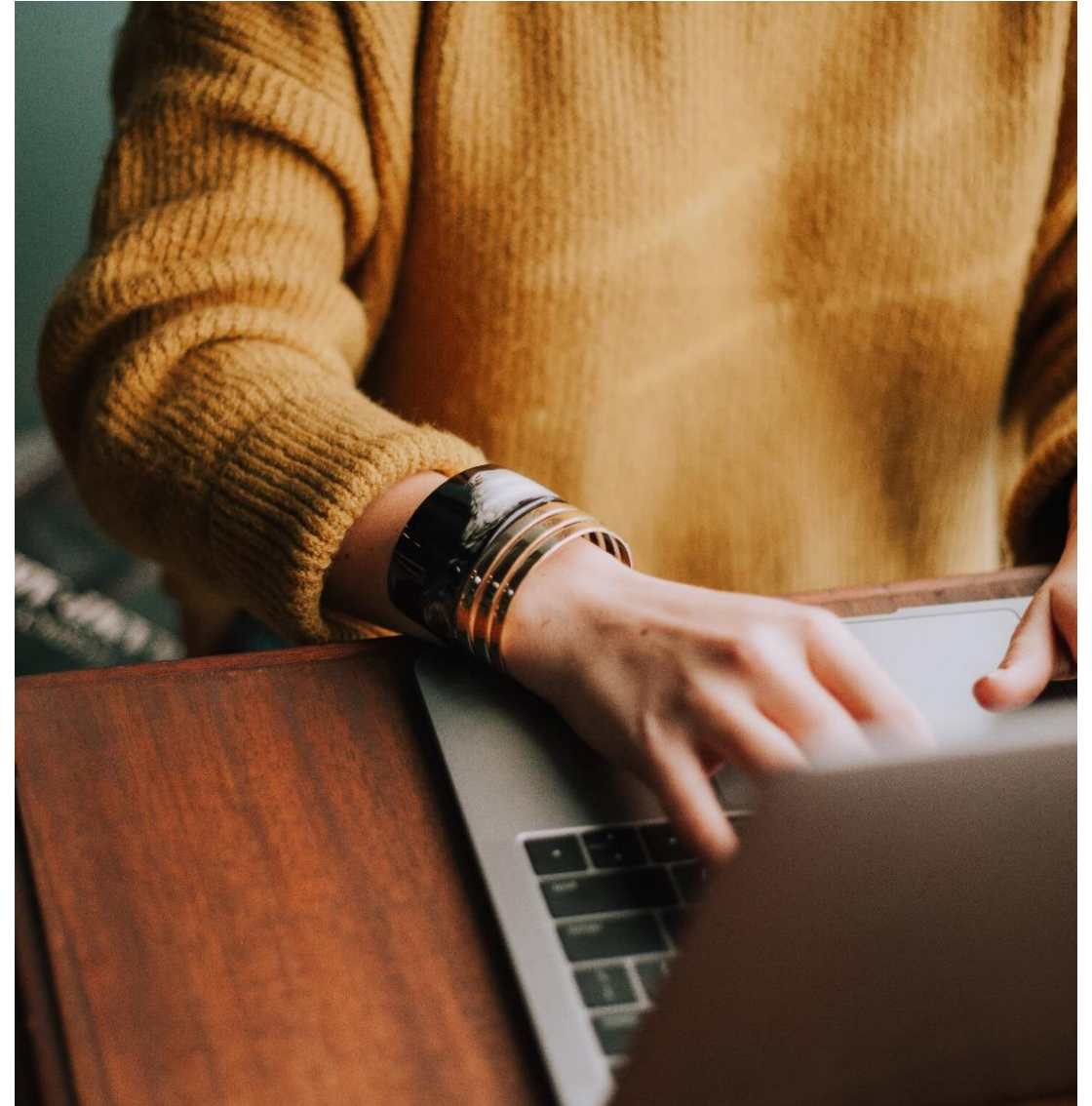
- > We starten dit rapport met een management summary. Hierin worden de belangrijkste inzichten uit het onderzoek kort samengevat.
- > Vervolgens worden per onderwerp de resultaten van het onderzoek omschreven:
 1. Wat vinden kinderen leuk aan social media, en hoe denken ouders hierover?
 2. Wat zien kinderen voorbij komen op social media qua eten en drinken?
 3. Wat vinden ouders en kinderen van (on gezond) eten en drinken op social media?
 4. Welke ideeën hebben ouders & kinderen voor een gezondere social media omgeving?
- > We lichten de resultaten toe met foto's en quotes uit de community. Alle social media screenshots in dit rapport zijn gemaakt door de deelnemers uit de community.

Deelnemers

- > De deelnemers die wij gesproken hebben, noemen wij in dit rapport 'ouders' en 'kinderen'. Quotes van deelnemers zijn *cursief* weergegeven. Bij de quotes van de kinderen staat de leeftijd van het kind vermeld.

Bijlagen

- > In de bijlagen is de onderzoeksverantwoording opgenomen.





MANAGEMENT SUMMARY

Ouder heeft weinig zicht op de content die kind voorbij ziet komen online

- > Ouders geven aan regelmatig in gesprek te gaan met hun kinderen over social media. Bijvoorbeeld over wat ze mogen bekijken en hoe ze zich moeten gedragen online. In het ene gezin zijn er ook afspraken over social media gebruik, in het andere gezin wordt hier lossier mee omgegaan. Ouders weten op hoofdlijnen wat hun kind doet online, maar hebben minder zicht op welke content kinderen zien en welke accounts hun kind volgt. Vooral wanneer kinderen ouder worden is hier lastig grip op te houden, en laten ouders (veelal noodgedwongen) hun kind steeds meer vrij.
- > Kinderen maken gebruik van social media omdat ze hier leuke, inspirerende en grappige content zien, maar ook vanwege het sociale aspect (in contact met leeftijdsgenoten). Terwijl kinderen op Snapchat vooral contact onderhouden met vrienden, zien zij op TikTok, Instagram en YouTube ook (veel) content van accounts die zij zelf niet actief volgen.

Wat zien kinderen voor eten en drinken? Advertenties, recepten, en meer

- > Kinderen hebben een paar dagen bijgehouden wat zij voor eten en drinken zien op social media. Ze zien veel advertenties en recepten, maar ook allerlei andere content (soms zonder duidelijke afzender) waar eten en drinken in voorkomt. Het valt hen op dat een groot deel daarvan ongezond is. Het algoritme versterkt het soort content dat ze zien: als zij klikken op (ongezond) eten en drinken, zien zij daarna alleen maar meer van dit soort content.
- > Volgens kinderen is het leuk om via social media lekker eten en drinken te zien, nieuwe producten te ontdekken of inspiratie te krijgen voor recepten om thuis te maken. Dit lijkt ook een sociaal aspect te hebben: onderling tussen kinderen wordt er uitgewisseld wat voor eten of drinken zij kopen en/of eten.

MANAGEMENT SUMMARY

Bij deel kinderen heeft het zien van ongezonde content een directe invloed op het eetgedrag

- > Kinderen ervaren ook nadelen van ongezond eten en drinken op social media, en zijn zich er redelijk goed van bewust dat zichzelf en andere kinderen hierdoor beïnvloed (kunnen) worden. Bij een deel van de kinderen heeft het zien van eten en drinken op social media een directe invloed op het eetgedrag: zij kopen regelmatig producten die zij op social media gezien hebben, zoals fastfood, donuts of energydrinks. Andere kinderen hebben het gevoel dat zij zelf niet beïnvloed worden door wat zij online zien. De leeftijd van de kinderen speelt hier ook een rol. Bij jongere kinderen hebben de ouders nog veel invloed op het eetpatroon, bij oudere kinderen wordt deze invloed kleiner omdat ze van hun eigen (zak)geld producten kunnen kopen.
- > Ouders schrikken soms van de hoeveelheid ongezonde voeding die hun kind voorbij ziet komen. Zij denken dat hun kind zowel op korte termijn (trek krijgen in ongezond eten, producten willen kopen) als op langere termijn (ongezond wordt de norm) beïnvloed kan worden. Dit maakt dat sommige ouders denken dat de hoeveelheid ongezonde content op social media gereguleerd zou moeten worden. Andere ouders vinden dit betuttelend, zij denken dat de mate van beïnvloeding wel mee valt of vinden het vooral belangrijk om met hun kind in gesprek te blijven over een gezonde leefstijl.



1. WAT VINDEN KINDEREN LEUK AAN SOCIAL MEDIA, EN HOE DENKEN OUDERS HIEROVER?

WAAROM ZIJN BEPAALDE SOCIAL MEDIA FAVORIET?



Wat is er eigenlijk zo leuk aan de verschillende social media apps? We vroegen het aan de kinderen in de community. Vooral TikTok, Snapchat en YouTube zijn favoriet, maar waarom dan?

Snapchat: Contact onderhouden met vrienden en foto's met elkaar delen

- *We hebben een leuke vriendengroep die veel met elkaar deelt. Elke dag zie ik wel heel leuke Snaps voorbij komen en maak ik ze zelf ook, maar ik maak ze niet dagelijks (17 jaar).*
- *Hier kan ik lekker kletsen met mijn eigen vrienden en dingen neerzetten in mijn privéverhaal met vrienden. Om te laten zien wat ik bijvoorbeeld op een dag doe of als ik op een feest ben (18 jaar).*

TikTok: Leuke en grappige video's over allerlei onderwerpen, bekendheden, challenges en dansjes

- *Door de leuke video's en variatie kan ik hier uren naar kijken. Het is nooit saai (14 jaar).*
- *Hier bekijk ik veel filmpjes die mijn interesse hebben. Het zijn korte filmpjes. Kan zien hoe mensen leven. Hoe ze bedrijfjes opstarten enzo. Veel informatie vinden over verschillende onderwerpen (17 jaar).*
- *Ik vind TikTok leuk omdat daar veel bekende Nederlanders op zijn. Ook vind ik de challenges heel leuk (8 jaar).*
- *Leuk hoe mensen nieuwe ideeën/dansjes doen. Ze geven hier ook veel tips over hoe je het zelf kan doen (13 jaar).*
- *Het kijken van filmpjes, maar ook samen met mijn vrienden zelf filmpjes maken (13 jaar).*

YouTube: Veel leuke video's en leerzame content

- *Daar heb je hele leuke filmpjes (11 jaar).*
- *Van YouTube kan ik iets meer leren (12 jaar).*

Instagram: Inspiratie om zelf mee aan de slag te gaan

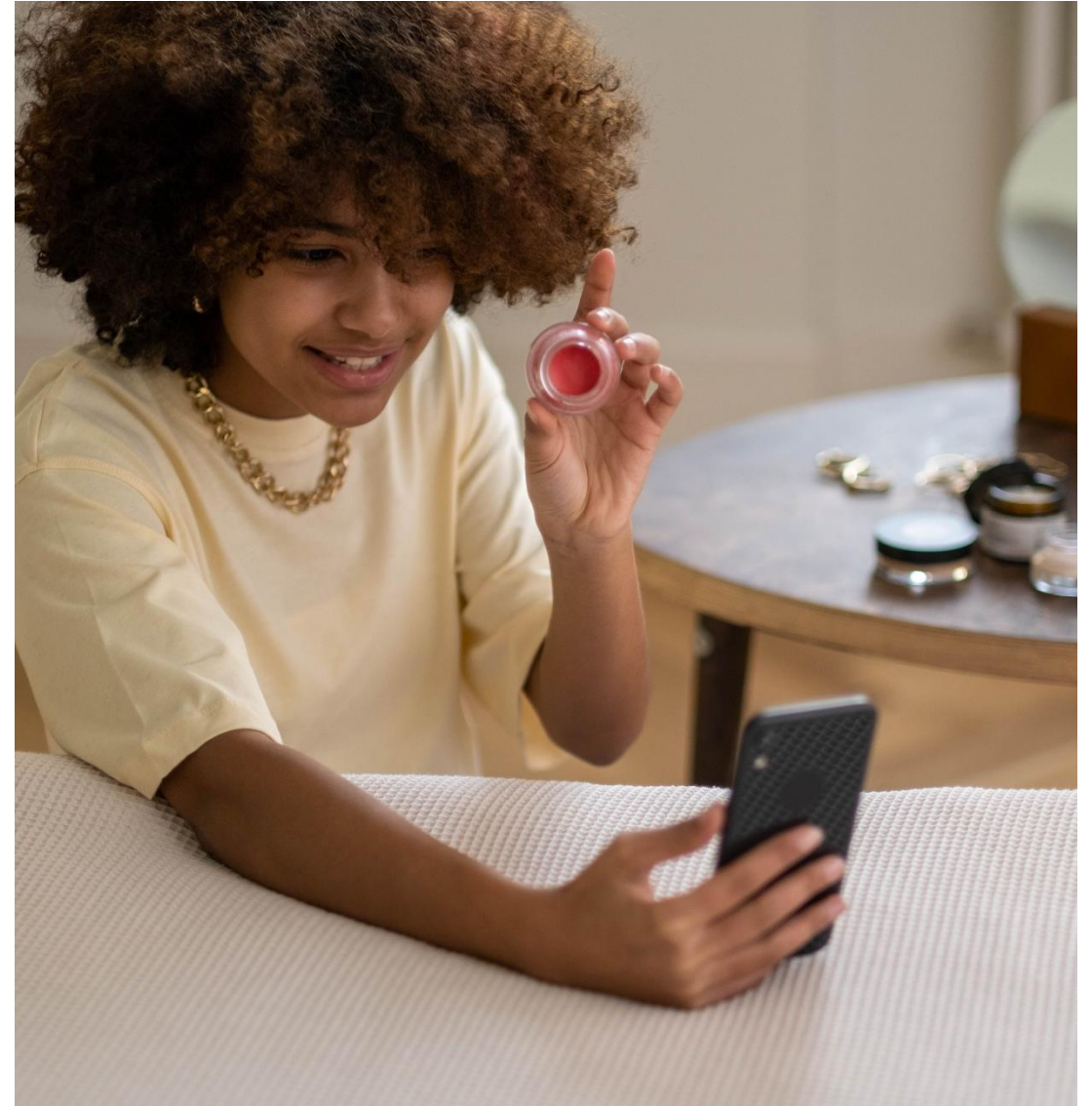
- *Haal hier veel inspiratie uit voor mijn eigen feed. Ook staan er tutorials hoe ik leuke reels kan maken, als ik bijvoorbeeld op vakantie ben of een dagje weg (18 jaar).*

WAAROM VOLGEN KINDEREN BEPAALDE INFLUENCERS OF MERKEN?

Kinderen gebruiken social media om in contact te blijven met hun eigen vrienden en met hun te delen wat ze meemaken. Ze volgen vaak ook influencers, bekendheden of merken. Ze noemen hiervoor de volgende redenen:

- > Het is leuk om te zien hoe anderen leven (influencers, beroemde mensen).
 - > Op TikTok posten allerlei mensen grappige filmpjes en leuke dansjes om na te doen.
 - > Om inspiratie te krijgen, bijvoorbeeld op het gebied van recepten, kledingstijl en fitness.
 - > Om op de hoogte te blijven van bepaalde ontwikkelingen, de nieuwste trends of hypes.
- *Bijvoorbeeld mensen die TikToks maken zijn soms echt hilarisch. Op Snapchat snap ik gezellig met m'n vriendinnen en maak ik gekke foto's. Op TikTok is het ook interessant en leuk om te zien wat mensen doen in het dagelijks leven. 😊 (13 jaar)*
 - *Leuk om te zien wat een persoon doet die je bewondert. Zo kan je ideeën opdoen. Als ik een merk volg is het leuk te zien qua verschillende stijlen wat mogelijk is en kan ik inspiratie opdoen. (14 jaar)*

Overigens zien kinderen ook (veel) content van mensen die zij niet volgen, op de door het algoritme gepersonaliseerde 'explore' pagina van Instagram en 'for you' pagina op TikTok. Kinderen hoeven dus niet altijd accounts te volgen om posts te zien van influencers of andere contentmakers.



HOE DENKEN OUDERS OVER SOCIAL MEDIA GEBRUIK DOOR KINDEREN? (1/2)

Nadelen van social media gebruik volgens ouders

- > Sommige ouders begrijpen wat hun kind leuk vindt aan social media en/of maken zelf ook gebruik van Instagram, TikTok of Snapchat. Er zijn ook ouders die het gevoel hebben dat er sprake is van een generatiekloof. Ze vinden het moeilijk om zich in te leven in waarom hun kind bepaalde content leuk vindt.
- > Ouders zien daarnaast verschillende risico's of nadelen als het gaat om social media gebruik:
 - Het kan verslavend zijn en zorgen voor afleiding van bijvoorbeeld school of buitenspelen
 - Het materialisme en perfectionisme dat nagestreefd wordt door influencers die het perfecte plaatje laten zien. Dit kan negatieve invloed hebben op het zelfbeeld van kinderen.
 - Kinderen worden beïnvloed door wat zij zien online en gaan daardoor bepaalde dingen normaal vinden (zoals zes keer per jaar op vakantie) of willen meedoen met hypes (zoals challenges) die ouders gevaarlijk vinden of waar zij niet direct het nut van inzien.
 - Kinderen krijgen content te zien die niet geschikt is voor hun leeftijd of waar ouders geen weet van hebben (bijvoorbeeld geweldige of seksuele content).
 - Er kan sprake zijn van vreemden die zich anders voordoen online en die misbruik maken van je kind.

Regels rondom social media wisselen per huishouden, oudere kinderen worden vrij gelaten

- > Er zijn gezinnen die thuis regels en afspraken hebben als het gaat over social media gebruik door kinderen. De regels en afspraken die ouders noemen gaan over de volgende onderwerpen:
 - Wanneer en hoe lang: bijvoorbeeld niet teveel schermtijd, na een bepaald tijdstip geen telefoon meer.
 - Hoe je je gedraagt online: jezelf netjes gedragen, niet schelden.
 - Privacy: geen foto's van jezelf of vrienden/familie posten, oppassen dat je geen foto's post die te bloot zijn, niet met onbekenden praten.
 - Bepaalde content die niet gekeken mag worden: bijvoorbeeld geen geweld, seks of dierenleed.

Het materialisme en perfectionisme wat door sommigen nagestreefd wordt.. Meer spullen hebben, producten die aangeprijsd worden door de influencers. Het perfecte plaatje, de mooie buitenkant laten zien.

Het nadeel van TikTok vind ik de voorgestelde items. Mijn zoon heeft 1 keer een filmpje gezien wat hij eng vond en dan blijf je best lang soortgelijke filmpjes voorgesteld krijgen.

Onze regels zijn geen filmpjes of foto's van jezelf posten. Ook niet van vrienden. Als ze iets zien wat niet door de beugel kan graag tegen ons zeggen. Verder hebben we het regelmatig in het algemeen over social media.

HOE DENKEN OUDERS OVER SOCIAL MEDIA GEBRUIK DOOR KINDEREN? (2/2)

Hoe ouder kinderen worden, hoe minder zicht ouders hebben op type content dat kind te zien krijgt

- > Ouders hebben op hoofdlijnen een idee wat voor soort content hun kind kijkt, bijvoorbeeld of hun kind vooral gamevideo's kijkt of dansfilmpjes. Maar ouders weten meestal niet welke accounts hun kind volgt of welke posts hun kind te zien krijgt.
- > Bij jongere kinderen lijken ouders dit wat meer in de gaten te houden, en controleren ouders ook wel eens de telefoon. Bij oudere kinderen (12+) is het lastiger om zicht te hebben op het social media gebruik. Er zijn kinderen die regelmatig laten zien aan hun ouders wat ze kijken, maar ook kinderen die dit juist afschermen. Ouders geven aan hun kind vertrouwen te willen geven en de privacy van hun kind te respecteren, maar er zijn ook ouders die het lastig vinden dat ze hier weinig grip op hebben.
- > Ouders noemen dat het vooral belangrijk is om regelmatig met hun kind in gesprek te gaan over social media. Bijvoorbeeld over de risico's van social media, over hoe je je gedraagt online en dat niet alles echt is wat online te zien is.

Ik heb geen inzicht in het social media gebruik van mijn dochter, maar heb wel regelmatig gesprekken met haar over wat wel en niet handig is op social media. Ondanks dat ze een puber is, lijkt ze dat wel gehoord te hebben.

Mijn zoon is 11 en eerlijk gezegd had ik in eerste instantie geen idee wat hij allemaal volgt. Ik kom geen echte vreemde dingen tegen, hij kijkt naar dingen waarvan ik soms wel denk "waarom is dit grappig". Zal de generatiekloof wel zijn (ben zelf 44 maar mis toch de essentie van sommige filmpjes).

2. WAT ZIEN KINDEREN VOORBIJ KOMEN OP SOCIAL MEDIA QUA ETEN EN DRINKEN?

VERSCHILLENDE TYPEN POSTS MET ETEN EN DRINKEN

Kinderen tussen de 7 en 18 jaar hebben ons laten zien wat ze voor eten en drinken tegenkomen op social media.* We zien hierbij verschillende type posts voorbij komen:

Advertenties en reclames

- > Advertenties van bedrijven, zoals McDonalds, Ben & Jerry's, Milka, FuzeTea of Chiquita.
- > Gesponsorde posts van influencers waarbij zij specifieke producten aanprijzen, zoals van chips van Lays, pizza van Dr. Oetker of de Air-up waterfles.
- > Supermarkten of merken die hun voedingsproducten laten zien op hun eigen accounts.
- > Restaurants die posten over hun menu.

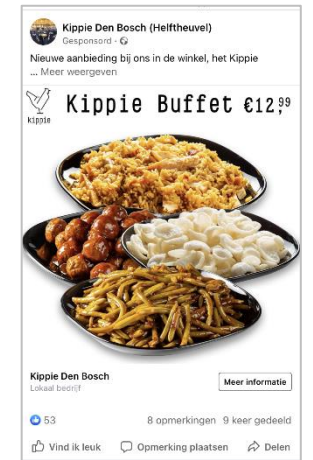
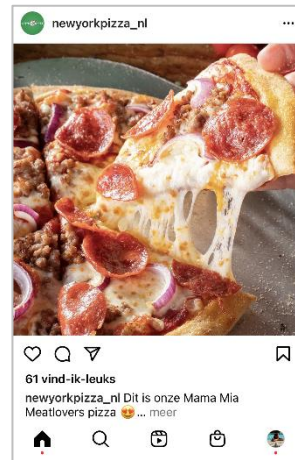
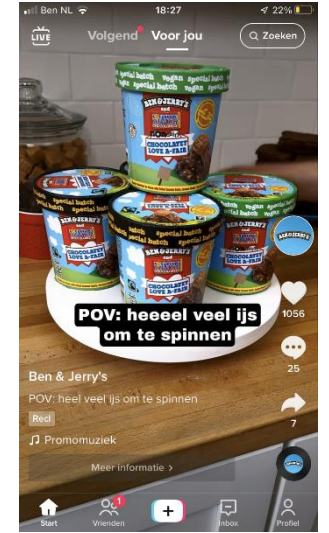
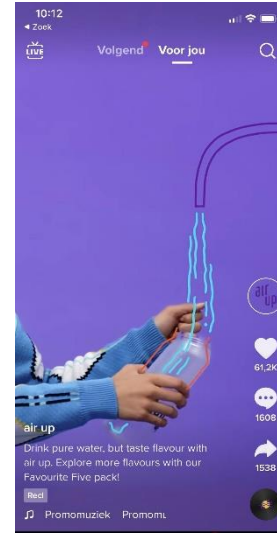
Overige posts met eten en drinken

- > Recepten van bijvoorbeeld influencer chefs (van BrendaKookt tot ChefkeLuc)
- > Posts van accounts die geheel gericht zijn op het laten zien van eten, maar geen duidelijke afzender hebben. Dit zijn vaak buitenlandse accounts, zoals thefoodymoodies, junkfoodiez, foodiiflack en foodysway.
- > Posts waarbij iemand laat zien wat men eet of drinkt, zonder dat dit (zichtbaar) gesponsord is.
- > Posts waarbij iemand laat zien wat voor producten men heeft gekocht, zonder dat dit (zichtbaar) gesponsord is.
- > Content (zoals grappige filmpjes) die niet per se over eten of drinken gaan, maar waar wel eten of drinken in voorkomt.

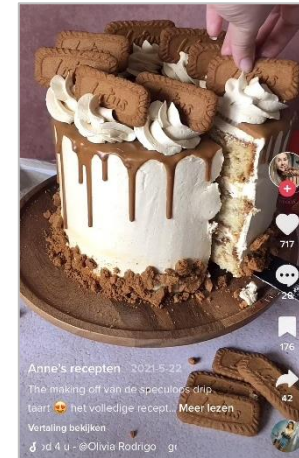
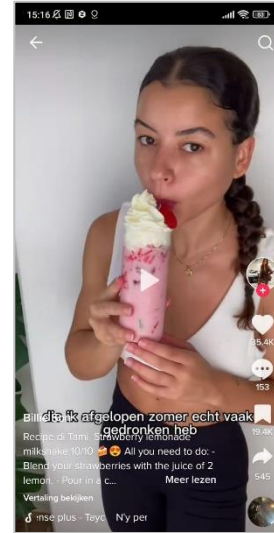
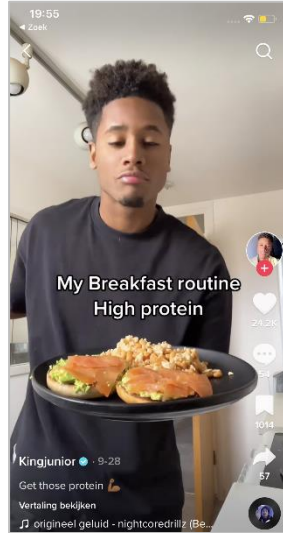
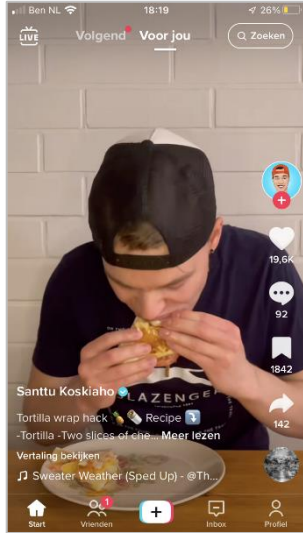
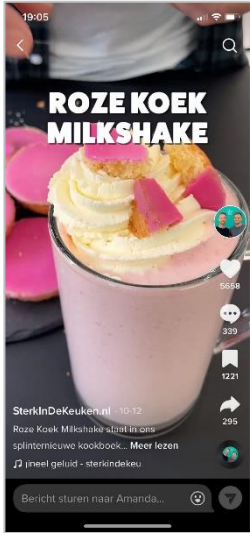
Op de volgende pagina's geven we enkele voorbeelden. Deze voorbeelden zijn allen ingestuurd door deelnemers aan dit onderzoek.

**Uit privacyoverwegingen hebben we deelnemers gevraagd om alleen screenshots te maken van openbare posts en geen posts van hun vrienden of familie. Kinderen geven aan dat er onderling ook vaak foto's van eten en drinken gedeeld worden, vooral op Snapchat. Hierbij wordt bijvoorbeeld laten zien als iemand McDonalds heeft gehaald of een energy drink.*

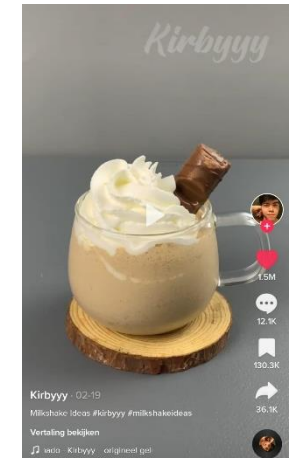
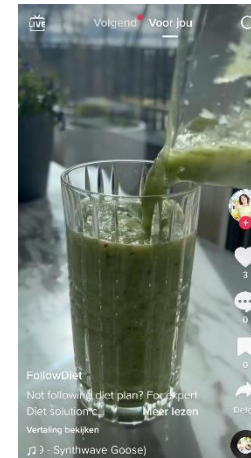
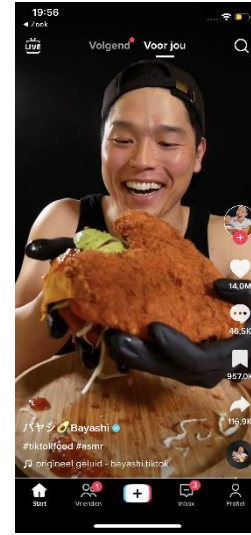
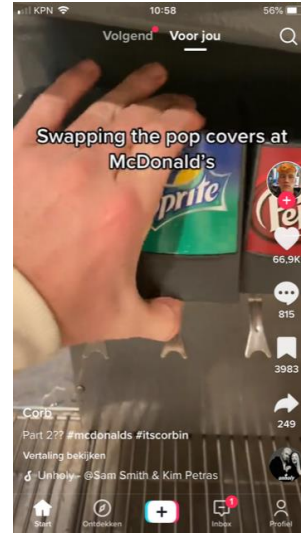
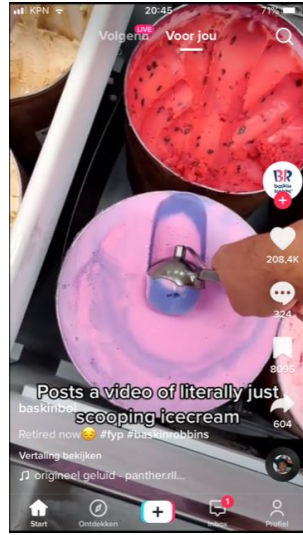
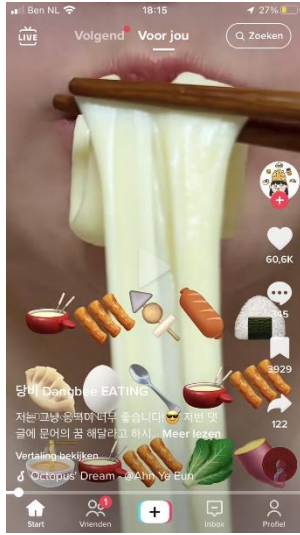
VOORBEEDEN - ADVERTENTIES EN RECLAMES



VOORBEELDEN - RECEPTEN



VOORBEELDEN - OVERIG

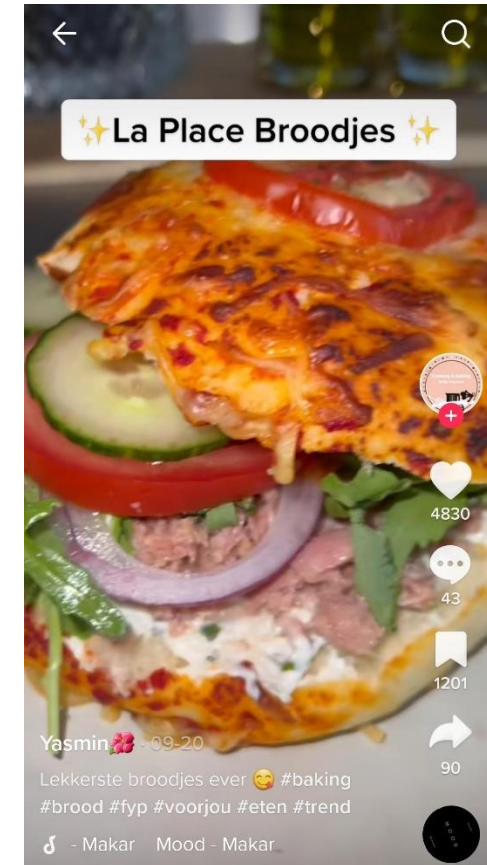


WAT IS NOU GEZOND OF ONGEZOND?

Voornamelijk ongezond eten en drinken te zien op social media

Het valt ouders en kinderen zelf op dat er vooral ongezond eten en drinken te zien is op social media. Maar kunnen kinderen eigenlijk wel inschatten wat gezond of ongezond is?

- > Er zijn kinderen die dit goed kunnen inschatten. Zij noemen bijvoorbeeld te veel vetten, calorieën of suikers als redenen dat bepaald eten of drinken ongezond is.
 - > Andere kinderen vinden het lastig om te bepalen of wat zij zien op social media gezond of ongezond is. Bepaald eten is volgens hen duidelijk gezond (fruit, groente, water) of duidelijk ongezond (fastfood, donuts, chocolade). Maar maaltijden zoals een belegd broodje of een avondmaaltijd, vinden kinderen lastiger in te delen. Zo zijn er kinderen die aangeven dat een gerecht met kip of vis sowieso gezond is, en geven ook meerdere kinderen aan dat pizza gezond is.
- *Chips is ongezond omdat het je dik maakt als je er teveel van eet. Broodje is gezond, want er zit kaas op en sla en tomaat. Pizza is ongezond, want dat is fastfood. Kip is gezond want dat is vlees (8 jaar).*
 - *Ik denk dat bijna alles ongezond is 🤔, alleen de yoghurt aardbei en druiven zijn gezond. Meeste dingen zitten veel calorieën in en veel suikers, maar is wel lekker (11 jaar).*
 - *Het lijkt op een lasagne ovenschotel. Tomaten zijn gezond maar niet het room en kaas en de zoute kruiden die er in gaan. Ik vind het wel erg lekker (13 jaar).*
 - *Redbull is zeker niet gezond omdat er veel cafeïne en suiker in zit. Het broodje zalm en koffie is wel gezond. Want vis is altijd gezond. De Kinder chocolade is ook ongezond omdat het heel zoet is. De pizza is denk ik wel gezond en de pepernoten zijn denk ik ook ongezond omdat het ook zoet is (17 jaar).*



Gezond, omdat tonijn en groenten op zit (14 jaar).

3. WAT VINDEN OUDERS EN KINDEREN VAN (ONGEZOND) ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA?

WAT VINDEN KINDEREN ZELF VAN HET ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA? (1/2)

Leuk, maar ook verleidelijk en een slechte invloed

Een deel van de kinderen vindt het leuk om eten en drinken voorbij te zien komen. Zij vinden het simpelweg leuk/aantrekkelijk om naar te kijken, vinden het leuk om nieuwe producten te leren kennen en/of vinden het leuk om recepten te zien die zij zelf thuis kunnen uitproberen.

- *Het is wel leuk om te bekijken en soms probeer ik het zelf na te maken maar het mag niet te vaak van mijn ouders (12 jaar).*
- *Ik vind het leuk, want het zijn leuke filmpjes om te zien (8 jaar).*
- *Ik vind het niet zo erg, want als je bijvoorbeeld een slaapfeest hebt dan ga je niet alleen wortels eten (12 jaar).*

Er zijn ook kinderen die het niet zo goed vinden dat er ongezond eten en drinken voorbij komt op social media. Ze vinden het geen goed voorbeeld, denken dat kinderen erdoor beïnvloed worden en geven aan ook zelf trek te krijgen van wat ze zien online.

- *Niet goed, je ziet meer niet gezond dan wel gezond. En dat is niet goed (7 jaar).*
- *Ja eigenlijk niet goed, want ik krijg vaak ook trek om dat dan ook te gaan eten (17 jaar).*
- *Niet zo heel goed want ze weten dat jongeren het ook gelijk gaan halen (16 jaar).*

Bij een deel van de kinderen heeft het zien van eten en drinken een directe invloed op eet/koopgedrag

Er zijn verschillende kinderen die aangeven dat zij wel eens eten of drinken kopen naar aanleiding van posts op social media. Ook zijn er kinderen die zeggen dit vaak te doen. Producten die zij noemen zijn bijvoorbeeld donuts, energy drinks, McDonalds, Taki's (chips), M&M's en de Air-up waterfles.

- *Ik wilde graag de air-up fles en die hebben we gekocht. Soms zie ik een surprise-ei en dat wil ik dan ook kopen en eten (7 jaar).*
- *Ik heb het vooral met chips en Red Bull. Dan loop ik de volgende ochtend meteen naar de supermarkt (17 jaar).*
- *Ik mocht boba voor bubble tea kopen. Mijn ouders hebben het zelf ook gedronken en iedereen vond het lekker (12 jaar).*
- *Ja de nieuwe M&M's met Pasen, toen waren er eivormige. En naar de Mac 's avonds nog @McFlurry of hamburgertjes (17 jaar).*



WAT VINDEN KINDEREN ZELF VAN HET ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA? (2/2)

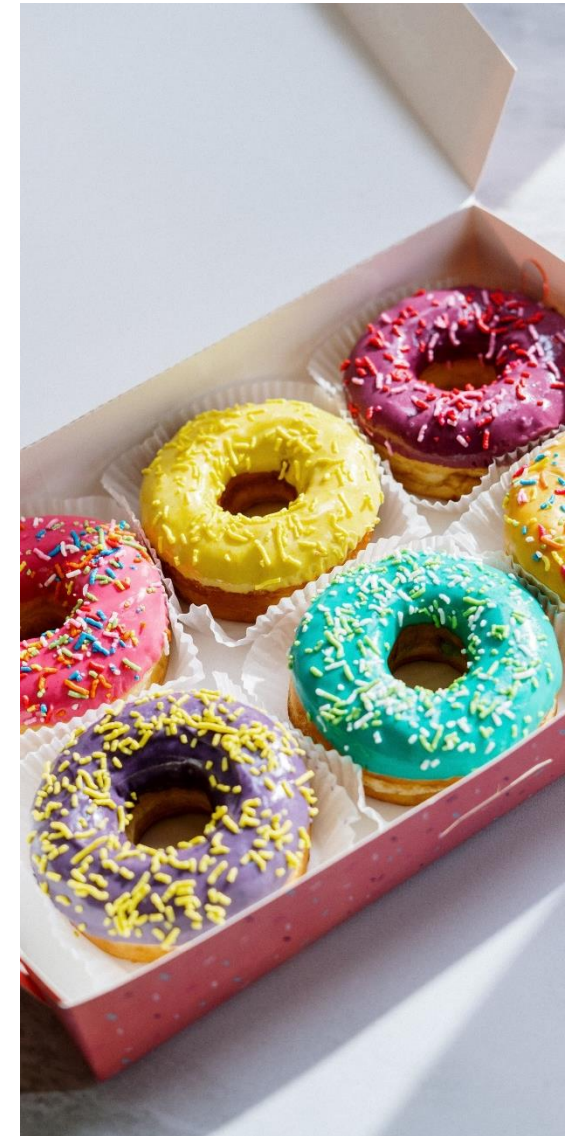
Is het erg dat kinderen ongezond eten en drinken zien op social media?

Het merendeel van de kinderen uit de community vindt dat het wél erg is dat kinderen ongezond eten en drinken zien op social media. Zij noemen hiervoor de volgende redenen:

- > Als je lekkere dingen ziet, wil je het zelf ook kopen.
 - > Kinderen die minder sterk in hun schoenen staan, worden verleid om het te kopen.
 - > Je laat kinderen sneller denken aan ongezond eten, kinderen krijgen meer zin in ongezonde dingen.
 - > Er is kans op overgewicht/dik worden.
 - > Kinderen willen erbij horen.
 - > Kinderen zijn beïnvloedbaar, vaak ook onbewust.
 - > Kinderen leren niet goed wat gezond is.
- *Ik denk dat het kinderen wel sneller laat denken aan ongezonde eten om te eten. En dat is niet goed vooral als ze al overgewicht hebben (17 jaar).*
 - *Ik denk wel dat het erg is. Wij krijgen daarom meer zin in ongezonde dingen. Ik heb liever ijs of snoep dan appels of mandarijntjes (17 jaar).*
 - *Het is niet goed als je te veel ongezond gaat eten daardoor, maar het is je eigen keus vind ik (12 jaar).*
 - *Dan leren kinderen niet goed wat gezond is en moet ik het altijd aan mijn moeder vragen (7 jaar).*

Een deel van de kinderen denkt dat het niet zo erg is dat kinderen ongezond eten en drinken zien op social media. Zij noemen:

- > Het zien van ongezond eten of drinken betekent niet dat je de hele dag ongezond gaat eten.
 - > Je ziet ongezond eten en drinken toch wel overal (dus ook op andere plekken dan social media).
- *Je kijkt er alleen naar. Het is pas slecht als je het gaat eten.*



WAT VINDEN OUDERS VAN (ONGEZOND) ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA? (1/2)

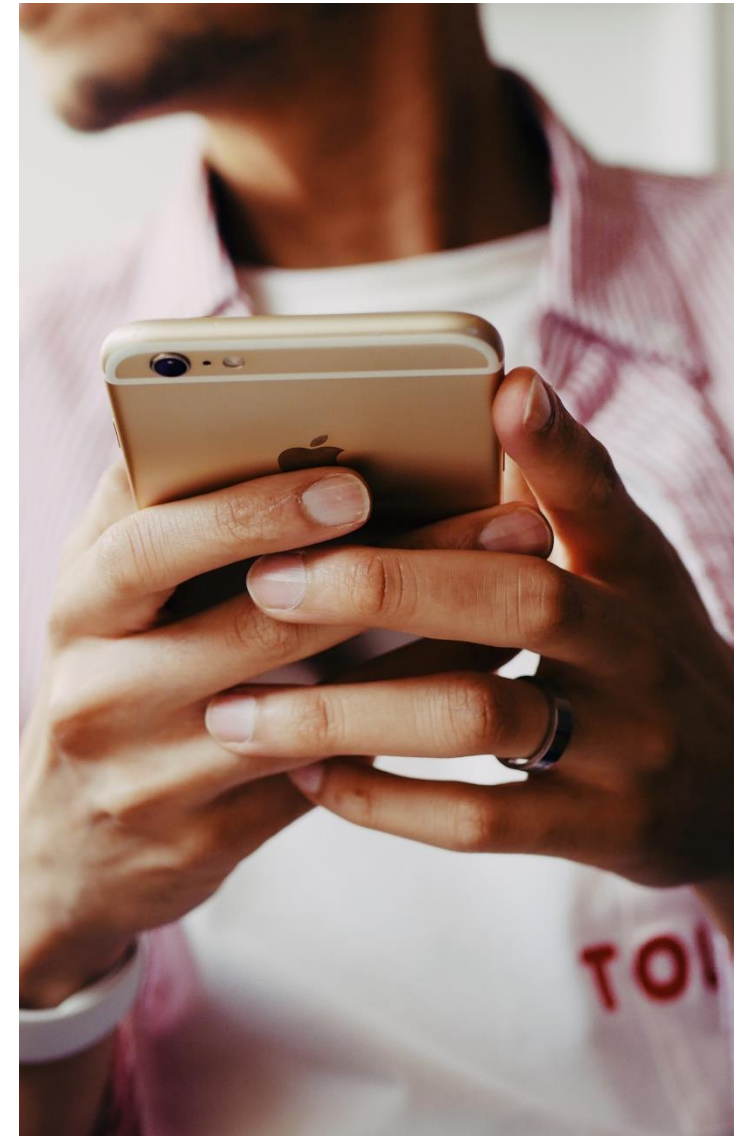
Dat er reclame wordt gemaakt verbaast ouders niet, maar ze schrikken soms wel van de hoeveelheid ongezond eten en drinken

Over het algemeen geven ouders aan dat zij zich wel bewust zijn van het feit dat er reclame wordt gemaakt voor eten en drinken op social media, doordat:

- > Ze op hun eigen social media ook eten en drinken voorbij zien komen;
 - > Ze wel eens meekijken met hun kinderen op social media;
 - > Hun kinderen wel eens praten over producten die zij online hebben gezien.
- *Ja dat wist ik wel. Ik hoor hem regelmatig over speciaal snoep uit de VS en YouTuber's met eigen drankjes of snacks. En vooral veel energiedrink en al die andere focusdrinks enzo.*
 - *Wij kijken altijd mee en zien inderdaad het ongezonde eten en drinken voorbij komen.*

Toch zijn er ook ouders die (enigszins) schrikken als ze door het onderzoek zien wat hun kind allemaal voorbij ziet komen:

- > De hoeveelheid eten en drinken die hun kind ziet is hoger dan zij hadden verwacht;
 - > Ze zien dat hun kind voornamelijk ongezond eten en drinken voorbij ziet komen. Er zijn ouders die het opvallend vinden dat zij op hun eigen social media ook wel eens gezonde producten voorbij zien komen (bijvoorbeeld Hello Fresh reclames), maar dat het bij hun kinderen voornamelijk ongezond is.
- *Ik was me er niet van bewust dat kinderen zoveel ongezond eten en drinken zien. Het verbaast me echt.*
 - *Dat wist ik niet echt en ergens denk ik ook dat het pas voorbij komt als je heel veel influencers aan het volgen bent die ook een ongezonde lifestyle laten zien?*



WAT VINDEN OUDERS VAN (ONGEZOND) ETEN EN DRINKEN OP SOCIAL MEDIA? (2/2)

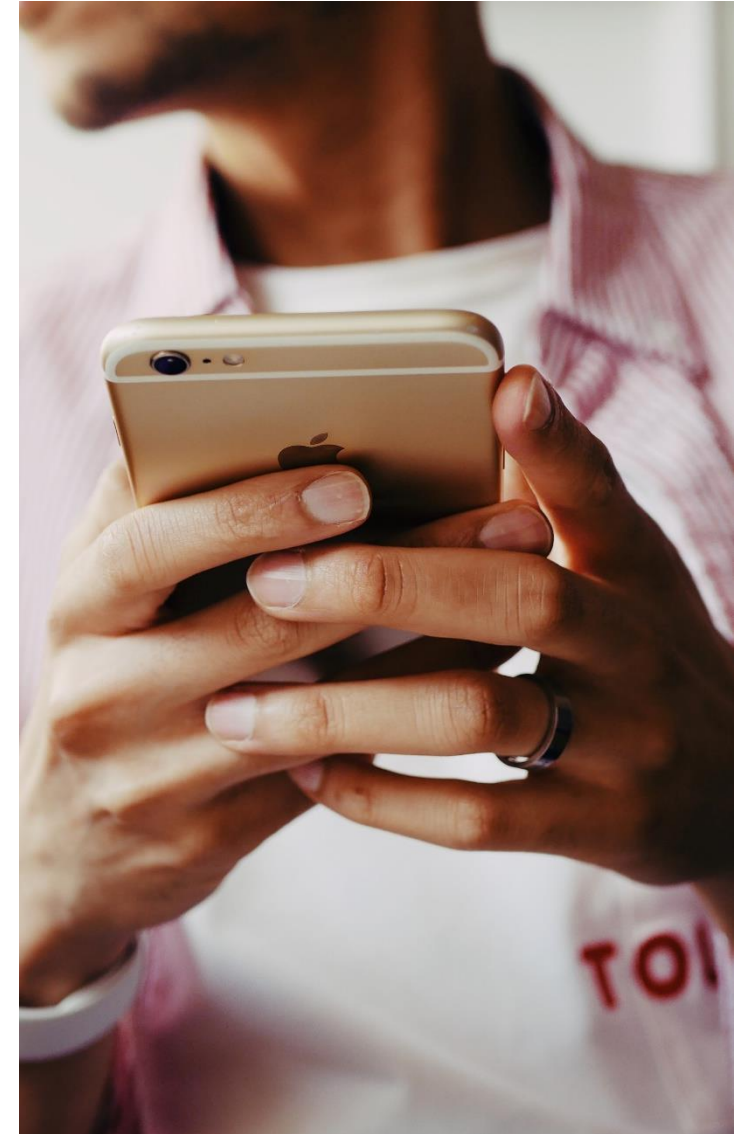
De meningen van ouders zijn verdeeld als het gaat over de invloed op hun kinderen

Er zijn ouders die het vervelend of frustrerend vinden dat hun kind zoveel (ongezond) eten en drinken op social media ziet, omdat ze zich kunnen voorstellen dat hun kind hierdoor beïnvloed wordt. Op korte termijn (nieuwe producten willen uitproberen, trek krijgen van iets wat ze online voorbij zien komen), maar ook op langere termijn (kind neigt meer naar ongezond eten omdat dit de norm is).

- *Ik vind het heel jammer, dat de jeugd zo beïnvloed wordt en aangemoedigd om slechte voeding te kopen. Je wordt als ouder bijna ongeloofwaardig met mijn gezond eten betoog.*
- *Dit doet veel met mijn kind, want hij is een puber en alle reclame en bekende mensen die poseren met ongezond eten wordt stoer gevonden. Want hé als rapper Boef met een burger loopt en we eten die dag salade... nou kan je vertellen dat mijn zoon me heel raar aankijkt en zegt: nou mam ik heb trek in een burger.*

Anderen denken dat hun kind niet zo beïnvloedbaar is, en dat het hun rol als ouder is om hun kind bewust te maken van de verleiding en goede gewoontes te creëren als het gaat om voeding. Daarnaast geven ouders aan dat hun kind ook buiten social media wel geconfronteerd zal worden met ongezonde reclames.

- *Wij moeten onze kinderen leren wat goed en niet goed is, zodat zij deze verleidingen kunnen weerstaan.*
- *Ik praat erover, maar ik denk dat mijn kids al best bewust zijn van goede en slechte voeding. Zoiets leer je hen vanaf dat ze heel klein zijn. Schijf van 5, water drinken en bewegen en zelf het goede voorbeeld geven. Daar horen ook snacks en snoep bij met mate. Dus eigenlijk doet het mij niet heel veel.*
- *We worden op verschillende momenten en via verschillende media geconfronteerd met reclame. Dit is eenmaal iets van deze tijd. Dit is daarom ook de reden dat wij ons beide niet druk maken over influencers die bepaalde dingen promoten, in dit geval ongezond eten.*



4. WELKE IDEEËN HEBBEN OUDERS & KINDEREN VOOR EEN GEZONDERE SOCIAL MEDIA OMGEVING?

HOE MAKEN WE DE SOCIAL MEDIA OMGEVING GEZONDER?

Tijdens het onderzoek hebben de ouders en kinderen gezien dat er op social media best veel ongezond eten en drinken te zien is. Maar hoe kan de online omgeving gezonder worden? Hierbij hebben de ouder-kind koppels samen over nagedacht. Zij hebben de volgende ideeën:

Oplossingen die zich richten op promotie van gezonde voeding/leefstijl door influencers

- > Influencers betalen om gezonde producten te promoten.
- > Influencers bewust maken van de grote invloed die zij uitoefenen op jongeren.
- > Influencers kunnen zelf het goede voorbeeld geven. Bijvoorbeeld door filmpjes te maken waarin je gezondere producten tegenkomt, en erbij vertellen dat dit ook lekker is.
- > Influencers laten vertellen hoe belangrijk gezonde voeding en water is voor je lichaam. Of breder communiceren over een gezonde levensstijl: effecten van sporten, genoeg slaap, stress vermijden.

Oplossingen rondom kinderen bewust maken van gezond/ongezond

- > Een gezondheidskeurmerk bij een filmpje, zodat kinderen bewust worden dat wat ze zien (on)gezond is.
- > Wanneer er ongezonde producten worden getoond hierbij aangeven dat het voor af en toe is.
- > De vraag naar ongezond proberen te beïnvloeden door kinderen bewust te maken van de voordelen van gezonde voeding en de ingrijpende gevolgen van een structureel ongezond voedingspatroon.
- > Duidelijk maken dat af en toe ongezond best mag, maar met mate.

Oplossingen door middel van regelgeving

- > Het financieel aantrekkelijk maken voor influencers om een gezonde levensstijl te promoten. Bijvoorbeeld door een subsidie van de overheid (of lager BTW tarief op inkomen uit promoten gezonde voeding), of juist door influencers een 'suikertaks' te laten betalen over hun verdiensten uit het promoten van ongezonde voeding.
- > Strengere regels op social media als het gaat om het promoten van ongezonde voeding aan kinderen.

Influencers zouden gesprekken over je gezondheid en gezonde voeding ook moeten kunnen verkopen in combinatie met de nieuwste Jordans.

Bij reclame voor ongezonde dingen, prijs aan met: "niet alles in 1 keer opeten he, daar is het veel te lekker voor 😊" Die quote staat op de verpakking van Autodrop.

Er zou kunnen gelobbyd worden voor ambassadeurs binnen de groep influencers en artiesten en met deze een team te vormen, die meer gezonde lifestyle/eten content gaan plaatsen. Gezamenlijk voor meer bewustwording zorgen middels leuke, inspirerende, gezonde lifestyle content.

VERBIEDEN VERSUS NIET TEVEEL 'BETUTTELEN'

- > Er zijn ouders die het bezwaarlijk vinden hoeveel ongezond eten en drinken hun kind ziet. Een deel van deze ouders is van mening dat hier iets aan gedaan moet worden door middel van regelgeving, zoals het verbieden van reclames voor ongezond eten op social media (zie ook ideeën vorige pagina).
- > Andere ouders zijn echter van mening dat het verbieden van ongezond eten & drinken op social media te betuttelend is. Zij vinden dat kinderen hun eigen keuzes moeten maken, en dat af en toe ongezond eten best moet kunnen. Ook geven ouders aan dat er niet alleen op eten en drinken gefocust moet worden, maar op een gezonde levensstijl in het algemeen. Hier hoort bijvoorbeeld ook beweging en goed slapen bij.

Maar we moeten niet teveel "betuttelen" af en toe mag er best een slechte snack tussen zitten! Het gaat om een goede balans.

Wij zijn van mening dat we eigen baas willen zijn en blijven! Dus dat we ons niet willen laten betuttelen door slechtere voeding uit te sorteren. Mijn inziens gaat het veel meer om de vraag: hoe ga IK hier ZELF mee om en hoeveel uitdaging kan ik op dat vlak aan? Het werkt voor mij eerder in de hand wanneer je alles gezonder wil maken, ik alleen maar meer trek en zin krijg in de foutere dingen!



Methode



- > Online Research Community van een week
- > Zes online verdiepende interviews van elk 30 minuten



- > De Research Community is ingestoken vanuit een engagement plan dat in overleg met JOGG tot stand is gekomen.
- > De topic list voor de verdiepende interviews zijn ook in overleg met JOGG tot stand gekomen.

Doelgroep



- > Deelnemers Research Community:
 - 6 ouder-kind (7-11 jaar) koppels
 - 6 ouder-kind (12-15 jaar) koppels
 - 6 ouder-kind (16-19 jaar) koppels



- > Deelnemers verdiepende interviews
 - 4 ouder-kind koppels
 - 2 ouders

- > In de selectie is rekening gehouden met een spreiding in:
 - Gebruik van social media kanalen
 - Geslacht
 - Opleidingsniveau
 - Regio



- > De deelnemers zijn door Bureau Fris geworven. Zij voldoet aan de kwaliteitseisen volgens ISO 20252.

Veldwerk



- > Online Research Community van 19 tot 26 oktober 2022
- > Verdiepende interviews van 26 tot en met 28 oktober 2022



- > JOGG heeft van de gelegenheid gebruik gemaakt om mee te kijken met de Research Community en de verdiepende interviews.



- > De deelnemers hebben als dank voor hun deelname een financiële vergoeding ontvangen.



Jesca Dembinski
jesca@ruigrok.nl



Marije Bakker
marije@ruigrok.nl

Ruigrok / Silodam 1a, 1013 AL Amsterdam / 020-7820400 / info@ruigrok.nl / KvK 34135878 / btw 809001469B01 / Bank 659170264