

SCHELDEN VIA E-MAIL, MSN EN SMS ONDER JONGEREN AAN DE ORDE VAN DE DAG

Amsterdam, 16 maart 2006 – Vandaag start SIRE (Stichting Ideële Reclame) de campagne ‘Stop Digitaal Pesten’. In de campagne staat de digitale pester centraal, met als bedoeling ouders en jongeren te confronteren.

Het digitaal pesten door elkaar uit te schelden via e-mail, MSN, SMS of chatsites op internet begint onder jongeren in de leeftijdsgroep van 8 tot 15 jaar gewoon te worden. Uit onderzoek onder ouders en jongeren door TNS NIPO blijkt dat 41% van de jongeren wordt uitgescholden. Naarmate jongeren ouder worden, gaan zij ook zélf meer schelden. Geeft 9% van de jongeren in de leeftijdsgroep 8-10 jaar toe zelf wel eens iemand te hebben uitgescholden via e-mail, MSN of SMS, onder jongeren van 14-15 jaar geldt dat voor 43%. Van de ouders denkt slechts 1% dat hun kind zelf wel eens digitaal pest. Maar liefst een kwart van de ouders weet echter niet tot nooit wat hun kind op internet uitvoert. Vier op de 10 ouders kijken naar hun eigen zegen (bijna) nooit mee met hun kind op MSN of chatsites. In de SIRE-campagne worden ouders opgeroepen met hun kinderen mee te kijken op chatsites.

PIEK ONDER 14-15 JARIGEN

Volgens drs. Bob van der Meer, psycholoog en deskundige op het terrein van pesten, betekent de piek in het schelden door 14-15 jarigen dat ouders beter eerder dan later met hun kinderen kunnen praten over verantwoord gedrag op internet.

‘Jonge kinderen kunnen hun emoties nog moeilijk onder woorden brengen of uiten. Met de leeftijd nemen hun verbale bekwaamheid en daarmee dus ook de vaardigheid in schelden toe. Tevens hebben jongeren in het basisonderwijs in de meeste gevallen slechts één identificatiefiguur, de leerkracht, terwijl ze in het voortgezet onderwijs alleen elkaar hebben. Zij zijn daardoor vooral op elkaar aangewezen en worden weinig gecorrigeerd.’

Justine Pardoën, hoofdredacteur van Ouders Online, stelt dat ouders ook in de virtuele wereld grenzen kunnen stellen. ‘Ouders moeten er vanuit gaan dat ook hun kind zich op Internet als een pester kan gedragen. Op Internet durven kinderen meer. Een kind dat verlegen is, kan op Internet ineens de bink uithangen. Kinderen voelen zich op Internet ook onbespied: op Internet zijn kinderen echt helemaal onder elkaar. Kinderen gaan daardoor snel grenzen over, waardoor zelfs de liefste kinderen wel eens iets pesterigs kunnen doen. Dat is normaal kindergedrag, maar er moet wel iemand zijn die ze vertelt dat dat niet mag, en waarom fatsoenlijk gedrag belangrijk is. Ook op Internet.’

Adri de Vries, directeur van SIRE zegt: ‘De enorm snelle uitbreiding van communicatiemiddelen via internet maakt het pesten steeds makkelijker. Het is bovendien vaak ook anoniem. Dat leidt ertoe dat onder jongeren de grenzen steeds verder worden verlegd. De campagne ‘Stop digitaal pesten’ confronteert ouders en jongeren met de ernst van digitaal pesten en geeft aan dat zij een rol kunnen hebben bij het stoppen van digitaal pesten’.

Zorgen over digitaal pesten

Verreweg de meeste ouders en jongeren noemen digitaal pesten een groot probleem. Bijna 60% van de ouders vindt ook dat ernst en omvang van digitaal pesten worden onderschat, terwijl 81% denkt dat de gevolgen ernstig kunnen zijn. Ouders vinden daarbij alle vormen van digitaal pesten heel erg. Hoewel jongeren de meeste vormen van digitaal pesten ook erg vinden, maken ze een uitzondering voor ongevraagd een foto van een klasgenoot op internet zetten en schelden. Zij vinden deze twee vormen van digitaal pesten beduidend minder erg dan ouders.

Van alle vormen van digitaal pesten komt schelden het meest voor. Onder jongeren is 41% wel eens uitgescholden via e-mail, MSN, SMS of een chatbox. Andersom zegt 27% van alle jongeren dit zelf wel eens te hebben gedaan. Na schelden vormt het ongevraagd plaatsen van een foto op internet de tweede meest voorkomende vorm van digitaal pesten. Van de jongeren zegt 7% dat van hen ongevraagd een foto op internet is gezet. Ruim 5% van de jongeren zegt zelf wel eens ongevraagd een foto van iemand anders op internet te hebben geplaatst. Het onderzoek door TNS NIPO werd in opdracht van SIRE in februari 2006 uitgevoerd onder 265 jongeren in de leeftijdsgroep 8-15 jaar en 272 ouders van jongeren in dezelfde leeftijd.

De campagne

De campagne 'Stop Digitaal Pesten' bestaat uit een TV- en radiocommercial en printadvertenties. De TV-commercial laat een jong meisje zien dat, in weerwil van haar goede schoolresultaten en voorbeeldig sociaal gedrag in de tastbare wereld, in de digitale wereld in staat is er flink op los te schelden. De commercials zijn de komende maanden op de Nederlandse televisie te zien en op de radio te horen. Er is voor de campagne een speciale website gemaakt (www.stopdigitaalpesten.nl) waar vele links bijeen zijn gebracht naar tal van organisaties die zich bezig houden met het voorkomen en bestrijden van pesten en digitaal pesten. Voor de jongeren is Profiler ontwikkeld, een interactief spel op internet dat jongeren een spiegel wil voorhouden over hun pestgedrag, www.profileronderzoek.nl).

Over SIRE, Stichting Ideële Reclame

SIRE, Stichting Ideële Reclame, is een onafhankelijke stichting die zich ten doel stelt onderwerpen, die voor de samenleving belangrijk zijn maar niet of onvoldoende door andere partijen worden opgepakt aan de orde te stellen en bespreekbaar te maken. Dit gebeurt door het maken van ideële, dus niet commerciële campagnes. SIRE heeft geen banden met de overheid of andere organisaties. Sinds de oprichting in 1967 zijn er meer dan 90 campagnes uitgevoerd. SIRE werkt zonder geld. Dat wil zeggen dat SIRE anderen vraagt om op vrijwillige basis medewerking te verlenen aan een campagne. Aan de campagne 'Stop Digitaal Pesten', werken Publicis, Media Republic, Naked, Hollander van der Mey/MS&L en Linden & Barbosa mee. Meer informatie vindt u op www.sire.nl.

Voor meer informatie:

Contact opnemen met Yael de Haan, Hollander van der Mey / MS&L, tel.: 070 354 9000 of y.de.haan@hvdn.nl