

YouTube Video's en de Leerervaring van Adolescenten



Universiteit Utrecht

Cursus: Thesis Pedagogische Wetenschappen (200600042)
Datum: 03-07-2018
Auteurs: L. C. van Maaren (5622891)
R. Oostlander (5536405)
Begeleidster: A. van der Baan-Ünlüsoy

Samenvatting

YouTube kan gezien worden als een nieuwe leeromgeving, een omgeving waar verschillende manieren van leren mogelijk zijn. Het huidige onderzoek had als doel om te onderzoeken in hoeverre het kijken van YouTube video's als leerzaam wordt ervaren door adolescenten. Om dit te onderzoeken worden er twee vragen gesteld. Allereerst zijn de demografische kenmerken en het kijkgedrag van de adolescenten onderzocht. Ten tweede is de waarde die adolescenten geven aan verschillende alledaagse vaardigheden die zij leren door het kijken van YouTube video's onderzocht. Deze vaardigheden betreffen communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door DIY's. Er werd gebruik gemaakt van een online vragenlijst om kwantitatieve data te verzamelen. De onderzoeksgroep bestond uit 137 adolescenten tussen de 12 en 18 jaar ($M = 13.48$, $SD = 1.48$). Uit de resultaten bleek dat het merendeel van de adolescenten (90.5%) YouTube video's kijkt als entertainment. Daarnaast bleek uit de resultaten dat het merendeel van de adolescenten (65%) elke dag YouTube video's kijkt. Na het uitvoeren van een multi-pele regressieanalyse is gebleken dat zowel communicatieve vaardigheden als probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door DIY's een mogelijke voorspeller zijn voor een positieve leerervaring. Hoe meer adolescenten denken dat zij alledaagse vaardigheden leren door YouTube video's, hoe meer waarde zij lijken te hechten aan de YouTube video's. Toekomstig onderzoek is nodig om na te gaan of YouTube bijdraagt aan de ontwikkeling van andere vaardigheden dan in dit onderzoek behandeld.

Trefwoorden: YouTube video's, leerervaring, adolescenten

Abstract

YouTube can be seen as a new learning environment, an environment in which different ways of learning are possible. The present study aimed to investigate to what extent watching YouTube video's is perceived as informative by adolescents. To investigate this, two questions were asked. First, this study examined the demographic characteristics and viewing behaviour of the adolescents. Second, this study examined the value that adolescents attach to various everyday skills that they learn through watching YouTube videos. These everyday skills concern communication skills, problem-solving skills and skills learned through DIY's. An internet survey was used to collect the quantitative data. The research group consisted of 137 adolescents in the age range from 12 to 18 years old ($M = 13.48$, $SD = 1.48$). Results indicated that most of the adolescents (90.5%) watch YouTube videos for entertainment. Additionally, results showed that most of the adolescents (65%) watch YouTube video's every day. After performing multiple regression analyses, results showed that communication skills as well as problem-solving skills and skills learned by DIY's could be a predictor for a positive learning experience. Thus, the more adolescents think they gain everyday skills through YouTube videos, the more value they seem to attach to YouTube videos. Further research is needed to investigate whether YouTube videos can contribute to other skills than those discussed in the current study.

Key words: YouTube videos, learning experience, adolescents

YouTube Video's en de Leerervaring van Adolescenten

Op Google na is YouTube de meest bezochte website wereldwijd (Alexa, 2018). YouTube is opgericht in 2005 en heeft momenteel meer dan een miljard gebruikers, wat bijna een derde van alle internetgebruikers is (YouTube, 2018). Op YouTube kan men video's uploaden en bekijken. Daarnaast kan men een persoonlijk profiel aanmaken waarmee je bepaalde YouTubers kan volgen. Een YouTuber is een persoon die video's maakt en deze op YouTube plaatst (Burgess & Green, 2009). Door middel van een YouTube video probeert een YouTuber connectie te maken met zijn of haar volgers en meer volgers te genereren (Perez-Torres, Pastor-Ruiz, & Abarou-Ben-Boubaker, 2018). Daarnaast kan men op YouTube op video's reageren. (Smith, Fischer, & Yongjian, 2012). Dit maakt dat YouTube wordt gezien als een sociale netwerk-site (Jones & Cutbrell, 2011). Gebruikers van YouTube kunnen onderscheiden worden als passieve en actieve gebruikers (Laeq Khan, 2017). Een gebruiker is passief wanneer deze vooral video's bekijkt die door anderen zijn geplaatst. Wanneer een gebruiker zelf ook video's plaatst en andere YouTubers volgt, wordt deze als actief beschouwd (Laeq Khan, 2017). Met meer dan 150 miljoen geplaatste video's en een groot toenemend aantal video's per dag breidt YouTube zich snel uit (Strangelove, 2010). Bovendien worden YouTube video's steeds langer, komen er steeds meer kijkers bij, en worden de video's steeds sneller verspreid.

Wat betreft de inhoud zijn er op YouTube veel verschillende soorten video's te vinden. Burgess en Green (2009) hebben geconstateerd dat de meest populaire video's op YouTube bestaan uit vlogs, muziekvideo's, live materiaal, en educatieve video's. Daarnaast zijn er nog andere categorieën voor YouTube video's zoals amusement, komedie, sport, film en animatie, gadgets en videogames, nieuws en politiek, auto's en voertuigen, tutorials en doe-het-zelf video's (DIY), en dierenvideo's (Chen, Dale, & Liu 2008). YouTube is beschikbaar in meer dan 88 landen en men kan op YouTube navigeren in 76 verschillende talen (YouTube, 2018). Dit maakt dat YouTube video's ook wereldwijd verspreid worden. Hierdoor is YouTube een aantrekkelijke platform voor merken en bedrijven om met hun doelgroep in contact te komen (Pixability, 2013). Daarnaast wordt YouTube ook gebruikt door politici en nieuwsorganisaties (Laeq Khan, 2017).

Adolescenten vormen een belangrijk publiek voor YouTube (Chau, 2011). Uit een onderzoek van Mascheroni en Ólafsson (2014) blijkt dat 55% van alle adolescenten die actief zijn op sociale media, YouTube verkiezen tot hun favoriete site. Daarnaast zeggen drie van de vier Britse adolescenten dat zij altijd YouTube kanalen kijken en van deze groep prefereert 25% YouTube boven reguliere televisie (Ofcom, 2014). YouTube video's worden het meest bekeken door Europese adolescenten in vergelijking met adolescenten wereldwijd (Mascheroni & Ólafsson, 2014). Uit het onderzoek van Laeeq Khan (2017) blijkt dat er geen verschillen zijn in het kijken van YouTube video's tussen mannen en

vrouwen. Wel zijn mannen eerder geneigd om reacties te lezen onder YouTube video's dan vrouwen. Dit is in tegenstelling tot het onderzoek van Molyneaux, O'Donnell en Gibsonanice (2008) waaruit blijkt dat mannen vaker YouTube video's kijken dan vrouwen. Ook uit een onderzoek van Jiménez, García en López de Ayala (2016) blijkt dat 70% van de mannen een account heeft op YouTube in vergelijking met 39% van de vrouwen. Er moet echter in gedachte gehouden worden dat het niet noodzaak is om een account te hebben om daadwerkelijk video's te bekijken op YouTube.

Onder adolescenten zijn er verschillende motivaties voor het kijken van YouTube video's. Allereerst kan entertainment een motief zijn voor het kijken van YouTube video's (Jiménez, et al., 2016; Shao, 2009; Haridakis & Hanson, 2009; Laeeq Khan, 2017). Hierbij worden YouTube video's gebruikt uit gewoonte of om de tijd te doen laten verstrijken. Een ander motief voor adolescenten kan "ontvluchting" zijn. Hierbij is het kijken van een YouTube video een manier om familie, vrienden of anderen te ontlopen en een manier om niet te denken aan school of werk. Een ander motief voor het kijken van YouTube video's onder adolescenten kan "co-viewing" zijn (Sun, Oliveira, & Lewandowski, 2017). Hierbij is het kijken van een YouTube video een activiteit om te doen met vrienden of familie. Een ander motief wat hierbij aansluit is het kijken van YouTube video's voor sociale interactie (Whiting & Williams, 2013). Hierbij is YouTube een manier om nieuwe mensen te ontmoeten en deel te nemen aan discussies. Tot slot kan een motief voor adolescenten om YouTube video's te kijken het zoeken van informatie zijn (Lin et al., 2009). Hierbij wordt YouTube gebruikt om kennis te verbreden. Uit een onderzoek van Lagger, Lux en Marques (2017) blijkt dat 38% van de adolescenten YouTube vaak gebruikt als middel om iets nieuws te leren.

YouTube vormt samen met andere audiovisuele mediasites een plaats om naast ervaringen en emoties, kennis te delen met anderen (Eftekhar, Fullwood, & Norris, 2014). YouTube kan zo gezien worden als een nieuwe leeromgeving: een leeromgeving waarin uiteenlopende manieren van leren aan bod komen. Adolescenten gebruiken deze audiovisuele klaslokalen om instructies en informatie over allerlei verschillende activiteiten te ontvangen (Jiménez et al., 2016). Hoger onderwijs heeft de mogelijkheden van web 2.0 technologieën, waaronder YouTube, om de betrokkenheid en de ervaring van studenten te verbeteren, erkend (Mao, 2014). Web 2.0 is een overkoepelende term voor websites die zijn ontworpen om: (a) afhankelijk te zijn van de participatie van een grote hoeveelheid mensen in plaats van inhoud die centraal gestuurd is, (b) inhoud van verschillende bronnen samen te voegen en te integreren, en (c) in hoge mate inhoud en gebruikers in contact te brengen met elkaar (O'Reilly, 2010). Uit een onderzoek van Chtouki, Harroud, Khalidi en Bennani (2012) blijkt dat het bekijken van YouTube video's onder adolescenten leidt tot een gewoonte waardoor zij YouTube gaan gebruiken als een educatief middel. Dit komt mede omdat YouTube een gratis medium is. Dit onderzoek

toont ook aan dat YouTube video's effectieve hulpmiddelen zijn om kennis te verwerven en de leerervaring van studenten te verbeteren.

Een mogelijke verklaring voor YouTube video's als educatief hulpmiddel wordt gegeven door de connected learning theorie (Ito et al., 2013). Van connected learning is sprake wanneer een adolescent in staat is om een persoonlijke interesse of passie na te streven met behulp van vrienden en volwassenen om deze kennis en interesse vervolgens te koppelen aan academische prestaties. Digitale media spelen een belangrijke rol in connected learning. Zo kunnen activiteiten die gebruik maken van digitale media zelfexpressie bevorderen, een link tot stand brengen tussen thuis, de school, de gemeenschap en jongeren en de toegang van jongeren tot nieuwe activiteiten vergroten (Barron et al., 2009; Kafai & Peppler, 2011). Door middel van digitale media kunnen adolescenten een digitale inhoud opzoeken die aansluit bij hun interesses. Zo kunnen adolescenten YouTube video's gebruiken om hun artistieke en creatieve vaardigheden te ontwikkelen (Polman et al., 2010).

Deze creatieve vaardigheden kunnen onder andere opgedaan worden aan de hand van DIY video's op YouTube. Uit onderzoek van Kuznetsov en Paulos (2010) blijkt namelijk dat DIY's de mogelijkheid bieden om nieuwe vaardigheden te leren en te ontwikkelen en een manier vormen om kennis en vaardigheden met anderen te delen. Dit komt mede door het karakter van DIY's. Zo suggereren Kuznetsov en Paulos (2010) dat DIY's als het ware een dialoog tot stand brengen tussen mensen van allerlei achtergronden die ideeën en vaardigheden met elkaar uitwisselen. Uit een onderzoek onder jonge adolescenten blijkt dat hoe meer zij gebruik maken van sociale netwerksites, hoe meer zij geneigd zijn om deze te zien als een leeromgeving (Greenhow & Robelia, 2009). Naast vaardigheden aan de hand van DIY's blijkt uit meerdere onderzoeken dat tieners door deelname aan sociale netwerksites het gevoel hadden dat zij zichzelf ontwikkelden op het gebied van communicatieve vaardigheden (Greenhow & Robelia, 2009; Siemens & Weller, 2011). Ook probleemoplossende vaardigheden kunnen samenhangen met het gebruik van sociale netwerksites (Cheong, 2008). Uit Cheong's onderzoek bleek namelijk dat adolescenten die gebruik maken van sociale netwerksites eerder in staat zijn om zelf hun problemen op te lossen.

YouTube kan dus een bijdrage leveren bij de verwerving van kennis en vaardigheden (Chtouki et al., 2012). Gecombineerd met de populariteit van YouTube onder adolescenten en de groeiende invloed van YouTube op adolescenten zijn dit belangrijke aanwijzingen voor verder onderzoek (Chau, 2010). Onderzoek naar het percentage adolescenten onder YouTube gebruikers is al gedaan. Er is echter weinig bekend over het soort video's die adolescenten bekijken en wat hun demografische kenmerken zijn. Daarnaast is in de literatuur nog weinig bekend over welke waarde adolescenten hechten aan het opdoen van diverse alledaagse vaardigheden aan de hand

van YouTube video's. De waarde die adolescenten geven aan het opdoen van diverse alledaagse vaardigheden wordt in dit onderzoek de "leerervaring" genoemd. Het doel van dit onderzoek is dan ook om antwoord te vinden op de vraag: In hoeverre wordt het kijken van YouTube video's als leerzaam ervaren door adolescenten? Hierbij wordt gekeken naar wat voor type YouTube video's bekeken worden en wat de motivatie is van de adolescenten om YouTube video's te bekijken. Daarnaast worden demografische kenmerken van de adolescenten meegenomen in dit onderzoek. Bij de demografische kenmerken wordt er gekeken naar leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en etniciteit van de adolescenten. Ook wordt er gekeken naar de waarde die adolescenten geven aan verschillende alledaagse vaardigheden die zij leren via YouTube video's. Er zal hiervoor gekeken worden naar communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden die naar voren komen in tutorials en DIY's. Op deze manier kan er gekeken worden in hoeverre adolescenten YouTube video's als waardevol ervaren. Wanneer dit bekend is kan YouTube mogelijk meer worden ingezet als actief educatief hulpmiddel en kunnen onder andere opvoeders en leerkrachten hierop inspelen. In dit onderzoek zal er gekeken worden naar adolescenten in de leeftijd van 12-18 jaar.

Methode

Dit betreft een kwantitatief onderzoek naar de mate waarin adolescenten YouTube video's als leerzaam ervaren. Hierbij is gekeken naar de soort YouTube video's die adolescenten kijken, met welke motivatie zij kijken en welke rol de demografische kenmerken van de adolescenten spelen. Ook is gekeken naar de waarde die adolescenten hechten aan alledaagse vaardigheden die zij leren door middel van YouTube video's.

Procedure

Het verzamelen van de data is gedaan aan de hand van een online vragenlijst bestaande uit 29 items (zie Bijlage 1). Voor het verwerven van de respondenten is gebruik gemaakt van zelfselectie via internet. De vragenlijst is online gezet en vervolgens gedeeld via Instagram, Facebook en WhatsApp. Voorafgaand aan het onderzoek zijn de respondenten op de hoogte gesteld dat het onderzoek vrijwillig en anoniem is. Het invullen van de vragenlijst bedraagt ongeveer 5 tot 10 minuten.

Steekproef

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van willekeurige selectieve selectie. De steekproef bestaat uit 137 adolescenten in de leeftijd van 12 tot en met 18 jaar ($M = 13.48$, $SD = 1.48$). Hiervan is 62% een man ($n = 85$) en 38% een vrouw ($n = 52$). Van de adolescenten hebben 120 deelnemers een Nederlandse etniciteit (87.6%). Daarnaast hebben 17 adolescenten een niet-Nederlandse etniciteit, waaronder 1.5% Marokkaans, en 1.5% Turks. Het merendeel van de adolescenten heeft als opleidingsniveau VWO of gymnasium (60.6%) en Havo (16.1%).

Meetinstrument

Als meetinstrument is gebruik gemaakt van een zelf-samengestelde online vragenlijst. Dit meetinstrument heeft als doel om de variabelen 'YouTube kijkgedrag', 'Alledaagse vaardigheden' en 'Leerervaring YouTube' te meten.

Demografische kenmerken. De demografische kenmerken die in de vragenlijst zijn uitgevraagd betreffen leeftijd, geslacht, etniciteit en opleidingsniveau. Deze zijn uitgevraagd om na te gaan of er verschillen zijn tussen de verschillende leeftijden, tussen mannen en vrouwen, tussen verschillende etniciteiten en tussen verschillende opleidingsniveaus.

YouTube kijkgedrag. Om het kijkgedrag van de respondenten in kaart te brengen is de respondenten allereerst gevraagd of zij wel of geen YouTube video's kijken. Daarnaast is aan de respondenten gevraagd welke motivatie zij hebben voor het kijken van YouTube video's, hoe vaak zij YouTube video's kijken, hoeveel tijd zij besteden aan YouTube video's, wat voor soort video's ze kijken en, tot slot, welk YouTube kanaal ze het meest bekijken. Een voorbeeld van één van de vragen die voorkomt in de vragenlijst is: "Hoe vaak kijk je YouTube video's?". De antwoordmogelijkheden van deze vraag betreffen "elke dag", "5 tot 6 keer per week", "3 tot 4 keer per week", "1 tot 2 keer per week", "1 keer per maand" en "minder dan 1 keer per maand". Om na te gaan wat voor soort video's de respondenten kijken is de volgende vraag gesteld: "Wat voor soort YouTube video's kijk je?". De antwoordmogelijkheden bij deze vraag zijn "komedie", "sport", "film en animatie", "gadgets en videogames", "nieuws en politiek", "auto's en voertuigen", "doe het zelf video's en tutorials", "dierenvideo's", "vlogs", "muziekvideo's", "live materiaal" en "educatieve video's".

Alledaagse vaardigheden. De variabele "alledaagse vaardigheden" bestaat uit verschillende constructen, namelijk communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door tutorials en doe-het-zelf video's (DIY). Communicatieve vaardigheden zijn gemeten aan de hand van vier items (e.g. "Ik reageer op reacties van anderen onder YouTube video's"). Probleemoplossende vaardigheden zijn eveneens gemeten aan de hand van vier items (e.g. "Als mij iets niet lukt zoek ik een YouTube video om dit op te lossen"). De vaardigheden geleerd door tutorials of DIY's werden gemeten aan de hand van zeven items (e.g. "Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik om mijn make-up te doen"). Er is gebruik gemaakt van een 7-punt Likertschaal, uiteenlopend van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens. Per construct is de gemiddelde score van de items berekend, waarbij een hoge score een hoge mate van communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden of vaardigheden geleerd door tutorials en DIY's betekent.

Leerervaring YouTube. De waarde die adolescenten hechten aan alledaagse vaardigheden die zij opdoen door het kijken van YouTube video's is gemeten aan de hand van vijf items. Eén van deze items betreft: "Door het bekijken van YouTube video's ben ik zelfstandiger in het uitvoeren van diverse taken". In overeenstemming met het construct "Alledaagse vaardigheden" is er gebruik gemaakt van een 7-punt Likertschaal, uiteenlopend van "helemaal mee oneens" tot "helemaal mee eens". Ook bij deze variabele betekent een hoog gemiddelde van de vijf items een hoge mate van waarde.

Betrouwbaarheid en validiteit. Voor dit onderzoek is een online vragenlijst opgesteld waarbij gebruik wordt gemaakt van zelfrapportage. Dit heeft mogelijk invloed op de betrouwbaarheid van dit onderzoek. Hierdoor kunnen de resultaten mogelijk niet gegeneraliseerd worden. De validiteit van dit onderzoek is getest door de vragenlijst te laten invullen door een aantal adolescenten in de leeftijdscategorie van 12 tot 18 jaar. Vervolgens zijn een aantal vragen veranderd om de validiteit te verbeteren.

Analyse

Om de eerste onderzoeksvraag te beantwoorden over het soort YouTube video's dat wordt bekeken door adolescenten, wat hun motivatie is voor het bekijken van YouTube video's en de demografische kenmerken van de adolescenten, zijn de resultaten voornamelijk beschrijvend weergegeven. Hiervoor is gebruik gemaakt van de beschrijvende statistieken in SPSS. Daarnaast is er een ANOVA uitgevoerd om de verschillen tussen mannen en vrouwen en opleidingsniveaus te analyseren.

Om de tweede onderzoeksvraag over het kijken van YouTube video's en de waarde die adolescenten hechten aan alledaagse vaardigheden die zij leren via YouTube te kunnen beantwoorden is gebruik gemaakt van een multiële regressieanalyse. Allereerst zijn de items voor communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door DIY's apart samengevoegd tot drie schalen. Uit een betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de schaal "Communicatieve vaardigheden" een lage betrouwbaarheid had, Cronbach's alpha = .56. Om de betrouwbaarheid van de schaal te verbeteren is een item verwijderd waardoor de betrouwbaarheid hoog is geworden (Cronbach's alpha = .69). Uit een betrouwbaarheidsanalyse van de schaal "Probleemoplossende vaardigheden" is gebleken dat de betrouwbaarheid zwak is (Cronbach's alpha = .63). Toch is er besloten om deze schaal te behouden. Voor de schaal "Vaardigheden geleerd door DIY's" is er wederom een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. Uit deze analyse blijkt dat de schaal "Vaardigheden geleerd door DIY's" een goede betrouwbaarheid heeft (Cronbach's alpha = .65). Vervolgens is er een schaal gemaakt voor de waarde, genaamd "Leerervaring". Uit de betrouwbaarheidsanalyse blijkt deze schaal sterk, Cronbach's alpha = .87. Daarna is een multiële regressieanalyse uitgevoerd om te kijken of communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door DIY's een voorspeller zijn voor de waarde

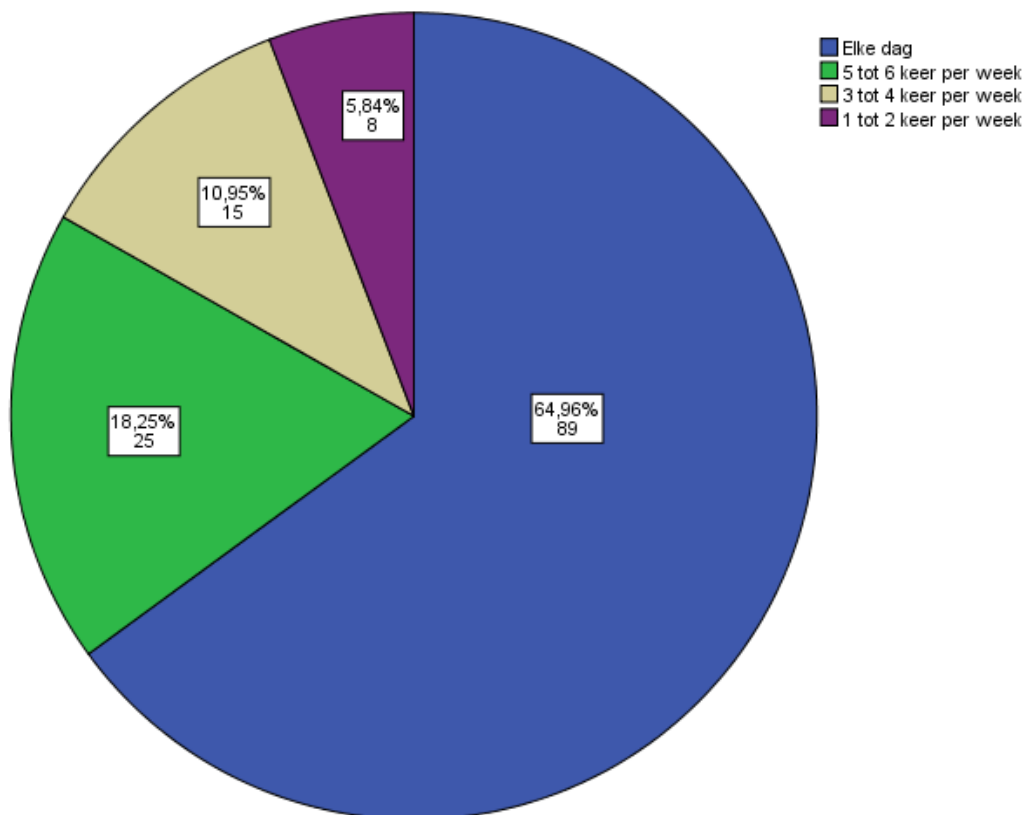
die adolescenten hechten aan de vaardigheden die zij leren door het kijken van YouTube video's.

Resultaten

Om het kijkgedrag van de adolescenten in kaart te brengen is allereerst gekeken naar de redenen die adolescenten geven voor het kijken van YouTube video's. Hierbij waren meerdere antwoordmogelijkheden. Van de adolescenten geeft 90.5% ($n = 124$) entertainment aan als reden voor het kijken van YouTube video's. 52.6% ($n = 72$) geeft aan YouTube video's te kijken uit verveling. 45.3% ($n = 62$) geeft aan YouTube video's te kijken om erachter te komen hoe iets gedaan kan worden. 33.6% ($n = 46$) geeft aan YouTube video's te kijken als middel voor het zoeken van informatie. 4.4% ($n = 6$) geeft aan YouTube video's te kijken om negatieve gebeurtenissen te ontvluchten. Tot slot is er nog 2.9% ($n = 4$) die een andere reden opgeeft voor het kijken van YouTube video's.

Naast de redenen die adolescenten aangeven voor het kijken van YouTube is ook gemeten hoe vaak adolescenten YouTube video's bekijken. In Figuur 1 is deze frequentie af te lezen. Van de 137 adolescenten kijkt 65% ($n = 89$) elke dag YouTube video's.

Cirkeldiagram Kijkfrequentie aan YouTube Video's



Figuur 1. Cirkeldiagram met Kijkfrequentie van YouTube Video's door Adolescenten.

Ook is er gekeken naar de hoeveel tijd die adolescenten besteden aan het kijken van YouTube video's per week. Uit de antwoorden blijkt dat 27% ($n = 37$) van de adolescenten 2 tot 3 uur per week besteedt aan het kijken van YouTube video's. 25.5% ($n = 35$) van de adolescenten besteedt 4 tot 5 uur per week aan het kijken van YouTube video's.

Naast de frequentie en tijdsduur die adolescenten besteden aan YouTube video's is er ook gekeken naar het soort video's waar adolescenten naar kijken. In tabel 1 is een overzicht gegeven van de soort video's die adolescenten kijken. Wat betreft de relatie tussen deze verschillende variabelen komt uit een ANOVA naar voren dat vrouwen significant vaker YouTube kijken dan mannen ($F(1, 80.956) = 6.67, p < .05$). Ook is er een significant verschil tussen mannen en vrouwen gevonden in de tijd die adolescenten besteden aan het kijken van YouTube video's per week ($F(1, 114.099) = 8.76, p < .05$). In beide gevallen scoren vrouwen hoger dan mannen. Contrasten tonen aan dat vmbo-leerlingen het hoogst scoren op kijkfrequentie ($M = 1.86, SD = 1.22$) in vergelijking met de andere opleidingsniveaus.

Tabel 1

Soort video's bekeken door adolescenten

Soort video	Respons	Percentage
Komedie	80	58.39
Sport	46	33.58
Film en animatie	44	32.12
Gadgets en videogames	84	61.31
Nieuws en politiek	13	9.49
Auto's en voertuigen	17	12.41
Doe het zelf video's of tutorials	48	35.04
Dierenvideo's	11	8.03
Vlogs	62	45.26
Muziekvideo's	52	37.96
Live materiaal	25	18.25
Educatieve video's	25	18.25

Noot. $n = 137$

Bij de vraag welk kanaal er het meest bekeken wordt, heeft de adolescent zelf een kanaalnaam of link van het kanaal kunnen invullen. Enkele voorbeelden hiervan zijn: Vlogglos, Monica Geuze, Supergaande, StukTV, BBC Trolling en Enzo Knol.

Voor de tweede deelvraag is gekeken in hoeverre adolescenten YouTube video's als waardevol ervaren. Allereerst is met de gevormde schalen "Communicatieve

vaardigheden", "Probleemoplossende vaardigheden" en "Vaardigheden geleerd door DIY's" nagegaan in hoeverre er vaardigheden geleerd zijn door het kijken van YouTube video's. Wat betreft de vaardigheden is gekeken naar de beschrijvende statistiek voor de schalen "Communicatieve vaardigheden" ($M = 3.29$, $SD = 1.44$, $\max = 6.75$, $\min = 1.0$) "Probleemoplossende vaardigheden" ($M = 3.82$, $SD = 1.20$, $\max = 7.0$, $\min = 1.0$) en "Vaardigheden geleerd door DIY's" ($M = 2.97$, $SD = 1.17$, $\max = 5.86$, $\min = 1.0$). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de adolescenten gemiddeld de hoogste scores rapporteerden op de schaal "Probleemoplossende vaardigheden".

Vervolgens is gekeken naar de waarde die adolescenten hechten aan de vaardigheden geleerd door het bekijken van YouTube video's. Hiervoor is gebruik gemaakt van de schaal voor de waarde, genaamd "Leerervaring" ($M = 3.15$, $SD = 1.56$, $\max = 6.40$, $\min = 1.0$). Vervolgens is gebruik gemaakt van een multiële regressieanalyse om de waarde die adolescenten geven aan de vaardigheden geleerd door YouTube te analyseren. Uit de multiële regressieanalyse blijkt dat het model 27.9% van de variantie verklaarde en dat het model een significante voorspeller van "Leerervaring" is ($F(3, 133) = 17.56$, $p < .05$). "Communicatieve vaardigheden" heeft een significante bijdrage aan het model ($\beta = .235$, $p < .05$). Ook "Probleemoplossende vaardigheden" heeft een significante bijdrage aan het model ($\beta = .426$, $p < .05$). Tot slot heeft "Vaardigheden geleerd door DIY's" ook een significante bijdrage aan het model ($\beta = .240$, $p < .05$). De definitieve regressievergelijking van het model is: "Leerervaring" = $.037 + (.235 * \text{"Communicatieve vaardigheden"}) + (.426 * \text{"Probleemoplossende vaardigheden"}) + (.240 * \text{"Vaardigheden geleerd door DIY's"})$.

Om in kaart te brengen wat de onderlinge correlatie is tussen de verschillende vaardigheden en de leerervaring is een Pearson correlatieanalyse uitgevoerd. Voor "Communicatieve vaardigheden" is een significant gemiddeld positief verband gevonden met "Leerervaring", $r(136) = .338$, $p < .05$. Ook voor "Probleemoplossende vaardigheden" is een significant positief verband gevonden met "Leerervaring", $r(136) = .446$, $p < .05$. Tot slot is ook voor "Vaardigheden geleerd door DIY's" een significant gemiddeld positief verband met "Leerervaring" gevonden, $r(136) = .357$, $p < .05$.

Vervolgens is er gekeken of er verschillen waren tussen mannen en vrouwen op de schalen "Communicatieve vaardigheden", "Probleemoplossende vaardigheden", "Vaardigheden geleerd door DIY's" en "Leerervaring". Een ANOVA laat zien dat er alleen een significant verschil is voor de schaal "Vaardigheden geleerd door DIY's" ($F(1, 135) = 10.91$, $p < .05$), waarbij vrouwen hoger scoren dan mannen.

Naast genderverschillen is er ook gekeken of er een verband is tussen "opleidingsniveau" en de schaal "Leerervaring". Om een Pearson correlatieanalyse uit te voeren zijn er eerst dummyvariabelen gecreëerd voor de variabele opleidingsniveau. Uit

de Pearson correlatieanalyse blijkt dat er een significant gemiddeld negatief verband is tussen het opleidingsniveau VWO/gymnasium en "Leerervaring", $r(136) = -.161$ $p < .05$.

Conclusie en Discussie

In het huidige onderzoek is nagegaan in hoeverre adolescenten YouTube video's als leerzaam ervaren. Allereerst zijn de demografische kenmerken en het kijkgedrag van de adolescenten onderzocht. Vervolgens is onderzocht welke waarde adolescenten hechten aan verschillende alledaagse vaardigheden die zij leren via YouTube video's. Dit onderzoek is gericht op adolescenten tussen 12 en 18 jaar.

Uit de analyses zijn een aantal resultaten naar voren gekomen ten behoeve van de eerste deelvraag: "Wat zijn de demografische kenmerken en wat is het kijkgedrag van de adolescenten?". Wat betreft de demografische kenmerken is naar voren gekomen dat het merendeel van de ondervraagde adolescenten man is. Daarnaast heeft het merendeel van de ondervraagde adolescenten een Nederlandse etniciteit. Tot slot heeft het grootste deel van de ondervraagden het opleidingsniveau vwo of gymnasium. Wat betreft kijkgedrag komt uit de resultaten naar voren dat de belangrijkste reden voor het kijken van YouTube video's onder adolescenten entertainment is, gevolgd door het kijken uit verveling. Vanuit vorig onderzoek was al te verwachten dat entertainment als voornaamste reden voor het kijken van YouTube video's naar voren zou komen (Jiménez, et al., 2016; Shao, 2009; Haridakis & Hanson, 2009; Laeeq Khan, 2017). Echter blijkt, in tegenstelling met eerder onderzoek, dat adolescenten YouTube video's zelden gebruiken om doelbewust iets nieuws te leren (Lagger et al, 2017). Kijkend naar de frequentie waarin adolescenten YouTube video's kijken is te zien dat meer dan de helft van de adolescenten elke dag YouTube video's kijkt. Hierbij kijken vrouwen vaker YouTube video's dan mannen. Wat betreft het soort video's is uit de resultaten naar voren gekomen dat adolescenten voornamelijk naar de categorieën komedie, gadgets en videogames en vlogs kijken.

Ook kan op basis van de analyses antwoord gegeven worden op de tweede deelvraag: "Wat is de waarde die adolescenten geven aan verschillende alledaagse vaardigheden die zij leren via YouTube video's?". Ten eerste blijkt het dat adolescenten mogelijk het meest probleemoplossende vaardigheden opdoen via YouTube video's in vergelijking met de andere alledaagse vaardigheden. Daarnaast lijken zowel communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en vaardigheden geleerd door DIY's een voorspeller te zijn voor de waarde die adolescenten hechten aan YouTube video's. Dit houdt in dat hoe meer adolescenten denken alledaagse vaardigheden op te doen aan de hand van YouTube video's, hoe meer waarde zij aan deze video's lijken te hechten. Deze resultaten komen overeen met de resultaten uit de Pearson correlatieanalyse. Uit deze analyse blijkt namelijk dat alle drie de vaardigheden een zwak positief verband hebben met de waarde die adolescenten hechten aan YouTube

video's. Hoewel de correlatie zwak is, geeft het een indicatie voor een mogelijk verband tussen de alledaagse vaardigheden en de leerervaring van adolescenten. Tot slot blijkt dat opleidingsniveau vwo of gymnasium een negatief verband lijkt te hebben met de leerervaring van adolescenten. Dit wijst mogelijk op een samenhang tussen een hoger opleidingsniveau en een lagere leerervaring.

Uit dit onderzoek komt naar voren dat het kijken van YouTube video's mogelijk bijdraagt aan het leren van alledaagse vaardigheden. Wanneer er namelijk sprake is van meer vaardigheden die opgedaan zijn door middel YouTube video's is de kans namelijk mogelijk groter dat adolescenten deze vaardigheden als positief ervaren. Dit kan in het licht van de connected learning theorie verklaard worden (Ito et al., 2013). Deze theorie stelt dat digitale media een link tot stand brengen tussen jongeren en thuis, de school en de gemeenschap en dat het de toegang tot nieuwe activiteiten vergroot. Dit gebeurt veelal wanneer inhoud die aansluit bij hun interesses wordt opgezocht (Ito et al., 2013). Het kijken van YouTube video's is een interesse van adolescenten en bevordert daarom mogelijk de ontwikkeling van diverse alledaagse vaardigheden die in dit onderzoek genoemd zijn. Het opdoen van deze vaardigheden zorgt vervolgens voor een vermoedelijk positief verband met de leerervaring van adolescenten.

Er zijn een aantal sterke punten verbonden aan dit onderzoek. Zo betreft dit een onderzoek naar een onderzoeksgebied waar relatief nog weinig over bekend is. Op deze wijze biedt dit onderzoek veel nieuwe inzichten in een nieuwe vorm van leren. Een ander sterk punt aan binnen onderzoek is dat het niet alleen meet of adolescenten alledaagse vaardigheden opdoen aan de hand van YouTube video's maar ook welke waarde zij hieraan hechten. Bovendien betreft dit onderzoek meerdere alledaagse vaardigheden in de metingen. Dit geeft inzicht in op welke verschillende vlakken YouTube een bijdrage kan leveren aan het leerproces van adolescenten.

Conclusies van dit onderzoek dienen met voorzichtigheid geïnterpreteerd te worden. Bij dit onderzoek kunnen namelijk meerdere kanttekeningen geplaatst worden. Allereerst is gebruik gemaakt van zelfrapportage bij het meten van het opdoen van alledaagse vaardigheden aan de hand van YouTube video's en de waarde die adolescenten hieraan hechten. Sociale wenselijkheid en/of onvoldoende vermogen van de adolescenten om zichzelf te beoordelen kunnen hier een rol in hebben gespeeld. Daarnaast kan het ook zijn dat de respondenten door de laagdrempeligheid van de online vragenlijst de vragen niet serieus hebben ingevuld. Dit kan van invloed zijn op de betrouwbaarheid van de resultaten. Een andere kanttekening is dat met name leeftijd en opleidingsniveau niet normaal verdeeld zijn in dit onderzoek. Zo zijn de meeste adolescenten 12 of 13 jaar en is het opleidingsniveau van de adolescenten voornamelijk VWO/gymnasium en havo. Daarnaast betreft het een relatief kleine steekproef. Deze factoren maken dat de resultaten minder representatief zijn voor de populatie. Ook is in

dit onderzoek gebruik gemaakt van slechts één meting, dit maakt het onmogelijk om uitspraken te doen over de langetermijneffecten van YouTube video's op de leerervaring van adolescenten. Tot slot is in dit onderzoek, ondanks de zwakke betrouwbaarheid van de schaal probleemoplossende vaardigheden, deze toch behouden. De getrokken conclusies waarbij probleemoplossende vaardigheden meegenomen zijn kunnen hierdoor minder betrouwbaar zijn.

Bovenstaande beperkingen bieden suggesties voor toekomstig onderzoek. Allereerst zal er gebruik gemaakt moeten worden van een grotere en meer gelijk verdeelde steekproef wat betreft leeftijd en opleidingsniveau om de onderzoeksresultaten te kunnen generaliseren naar de populatie. Op deze manier kunnen er meer conclusies getrokken worden over demografische kenmerken als mogelijke moderator van alledaagse vaardigheden op leerervaring. Tevens is het interessant om onderzoek te doen naar andere vaardigheden dan de vaardigheden die in huidig onderzoek belicht zijn. Wellicht geeft toekomstig onderzoek antwoord op de vraag of er meer vaardigheden zijn die geleerd kunnen worden door het kijken van YouTube video's. Daarnaast gaat het in huidig onderzoek om de leerervaring en de mate waarin adolescenten denken dat zij vaardigheden opdoen aan de hand van YouTube video's door middel van zelfrapportage. Longitudinaal onderzoek zou zich kunnen richten op de daadwerkelijke vaardigheden die opgedaan kunnen worden door middel van YouTube video's in plaats van zelfrapportage van deze vaardigheden.

Ondanks de beperkingen zijn uit dit onderzoek nieuwe inzichten gekomen. Terugkomend op de hoofdvraag van dit huidige onderzoek kan er gesteld worden dat YouTube video's als leerzaam worden ervaren door adolescenten. Dit wordt bij communicatieve vaardigheden, probleemoplossende vaardigheden en bij vaardigheden geleerd door DIY's gevonden. Het huidige onderzoek biedt daarnaast demografische kenmerken van adolescenten die YouTube video's kijken, waar voorheen weinig onderzoek naar gedaan was. Ook op het gebied van kijkmotivatie is momenteel weinig onderzoek gedaan. De uitkomsten van dit onderzoek wat betreft het kijkgedrag van adolescenten bieden dus relevante en vooral nieuwe inzichten op dit gebied.

Deze inzichten bieden een aantal implicaties voor de praktijk. Nu het bekend is dat YouTube video's voor een positieve leerervaring van alledaagse vaardigheden kunnen zorgen, kan deze informatie bijdragen aan interventies om deze vaardigheden mogelijk te verbeteren. Wanneer adolescenten bijvoorbeeld over weinig communicatieve of probleemoplossende vaardigheden beschikken kan YouTube worden ingeschakeld als medium om deze vaardigheden te vergroten. Daarnaast kunnen DIY's of tutorials worden aangeraden aan adolescenten om specifiekere vaardigheden te leren. Tevens zouden ouders, leerkrachten en andere verzorgers geïnformeerd kunnen worden over de positieve invloed van YouTube video's. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan door een

voorlichting waarbij er YouTube video's worden getoond waarna er wordt uitgelegd wat de positieve invloed kan zijn van het kijken van deze YouTube video's. Het huidige onderzoek heeft vooral meer inzicht gegeven in de positieve kant van YouTube video's en alledaagse vaardigheden die door middel van YouTube video's geleerd kunnen worden. Dit is relevante pedagogische kennis omdat niet alleen de negatieve, maar ook de positieve effecten van sociale media belangrijk zijn. YouTube video's kunnen dus positief bijdragen aan de leerervaring van adolescenten.

Referenties

- Alexa. (2018). The top 500 sites on the web. Geraadpleegd op 2 maart 2018, van <http://www.alexa.com/topsites>
- Barron, B., Martin, C. K., Takeuchi, L., & Fithian, R. (2009). Parents as learning partners in the development of technological fluency. *International Journal of Learning and Media, 1*, 55–77. doi:10.1162/ijlm.2009.0021
- Burgess, J., & Green, J. (2013). *YouTube: Online video and participatory culture*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Chau, C. (2011). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Student Leadership, 128*, 65-75. doi:10.1002/yd.376
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2008). Statistics and social network of YouTube videos. In Proceedings of the International Workshop on Quality of Service (IWQoS). 229–238.
- Cheong, P. H. (2008). The young and techless? Investigating internet use and problem-solving behaviors of young adults in Singapore. *New Media and Society, 10*(5), 771-791. doi:10.1177/1461444808094356
- Chtouki, Y., Harroud, H., Khalidi, M., & Bennani, S (2012). The impact of YouTube videos on the student's learning. *International Conference on Information Technology Based Higher Education and Training, 1*, 1-4. doi:10.1109/ITHET.2012.6246045
- Eftekhar, A., Fullwood, C., & Morris, N. (2014). Capturing personality from Facebook photos and photo-related activities: How much exposure do you need. *Computers in Human Behaviour, 37*, 162-170. doi:10.1016/j.chb.2014.04.048
- Greenhow, C., & Robelia, B. (2009). Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. *Journal of Computer-Mediated Communication, 14*(4), 1130-1161. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01484.x
- Haridakis, P., & Hanson G. M. A. (2009). Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication reception and social connection, *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 53*, 317-335. doi:10.1080/08838150902908270
- Ito, M., Gutierrez, K., Livingstone, S., Penuel, B., Rhodes, J., Salen, K., Schor, J., . . . Graig Watkins, S. (2013). *Connected Learning: An Agenda for Research and Design*. Irvine, CA: Digital Media and Learning Research Hub.
- Jiménez, A., García, B. C., López de Ayala, M. C. (2016) Adolescents and YouTube: Creation, participation and consumptions. *Prisma Social, 1*, 60-89. doi:10.1037/e567702014-001
- Jones, T., & Cuthrell, K. (2011). YouTube: Educational potentials and pitfalls. *Interdisciplinary Journal of Practice, Theory, and Applied Research, 28*, 75-85. doi:10.1080/07380569.2011.553149

- Kafai, Y. B., & Peppler, K. A. (2011). Youth, technology, and DIY: Developing participatory competencies in creative media production. *Review of research in Education, 35*, 89-119. doi:10.3102/0091732X10383211
- Khan, L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior, 66*, 236-247. doi:10.1016/j.chb.2016.09.024
- Kuznetsov, S., & Paulos, E. (2010). Rise of the expert amateur: DIY projects, communities, and cultures. In E. Hvannberg (Eds.), *Proceedings of the 6th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Extending Boundaries*. Reykjavik, Iceland: ACM.
- Lagger, C., Lux, M., & Marques, O. (2017). What makes people watch online videos: An exploratory study. *Computer Entertainment, 15*(2), 1-43. doi:10.1145/3034706
- Lin, G., Michko, G. M., Bonk, C. J., Bonk, A. J., & Teng, Y. T. (2009). Survey research on motivational elements of YouTube: Age and education matter. Presented at the American Educational Research Association (AERA) 2009 Annual Meeting, San Diego, CA.
- Mao, J. (2014). Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives. *Computers in Human Behavior, 33*, 213-223. doi:10.1016/j.chb.2014.01.002
- Mascheroni, G., & Ólafsson K. (2014) *Net Children Go Mobile: Risks and Opportunities*. 2nd ed. Milano: Educatt.
- Molyneaux, H., O'Donnell, S., Gibson, K., & Singer, J. (2008). Exploring the gender divide on YouTube: An analysis of the creation and reception of vlogs. *American Communication Journal, 10* (2), 1-14. Geraadpleegd op 27 maart 2018, van <http://www.ac-journal.org/>
- O'Reilly, T. (2010). Design patterns and business model the next generation of software. In H. Donelan, K. Kear, & M. Ramage (Eds.), *Online communication and communication and collaboration: A reader* (pp. 225-235). New York, NY: Routledge.
- OFCOM (2014). Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. Geraadpleegd op 29 maart 2018, van http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/mediause-attitudes-14/Childrens_2014_Report.pdf
- Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). YouTuber videos and the construction of adolescent identity. *Media Education Research Journal, 55*, 71-83. doi:10.3916/C55-2018-06
- Pixability (2018). The top 100 global brands: Key lessons for success on YouTube: The massive YouTube ecosystem. Geraadpleegd op 2 maart 2018, van <http://concept5.com/how-the-top-100-brands-use-youtube-for-marketing/>

- Polman, J. L., Saul, E. W., Newman, A., Farrar, C., Singer, N., & Turley, E., . . . Graville, C. (2010). A cognitive apprenticeship for science literacy based on journalism. In K. Gomez, L. Lyons, & J. Radinsky (Eds.), *Learning in the disciplines: Proceedings of the 9th International Conference of the Learning Sciences*. Chicago, IL: International Society of the Learning Sciences.
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research, 19*, 7-25.
doi:10.1108/10662240910927795
- Siemens, G., & Weller, M. (2011). Higher education and the promises and perils of social network. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, 8*(1), 164-170.
doi:10.7238/rusc.v8i1.1076
- Smith, A. N., Fisher, E., & Yongjian, C. (2012). How does brand-related user-generated content differ across YouTube, Facebook, and Twitter? *Journal of Interactive marketing, 26*, 102-113. doi:10.1016/j.intmar.2012.01.002
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, ON: University of Toronto Press.
- Sun, E., de Oliveira, R., & Lewandowski, J. (2017). Challenges on the journey to co-watching YouTube. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing, 1*, 783-793.
doi:10.1145/2998181.2998228
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*, 362-369. doi:10.1108/QMR-06-2013-0041
- YouTube (2018). Persruimte; Statistieken. Geraadpleegd op 2 maart 2018, van <https://www.youtube.com/yt/press/nl/>

Bijlage 1. Vragenlijst

Hallo,

Ben jij tussen de 12 en 18 jaar en kijk je weleens YouTube video's? Dan zou je ons heel erg helpen door deze vragenlijst in te vullen! Wij zijn twee studenten van de Universiteit Utrecht en zijn op dit moment bezig met ons bachelor eindonderzoek. We willen graag te weten komen of het kijken van YouTube video's effect heeft op de leerervaring van adolescenten. Lees de vragen goed door en geef het antwoord dat voor jou het meest van toepassing is. Het invullen van de vragenlijst zal ongeveer 5 tot 10 minuten duren. Jouw gegevens worden anoniem verwerkt en er zijn geen goede of foute antwoorden. Alvast heel erg bedankt voor je tijd en het meedoen aan dit onderzoek!

Rozemarijn Oostlander en Luna van Maaren

1. Ben je een jongen of een meisje?

- Jongen
- Meisje

2. Hoe oud ben je? ... jaar oud

- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18

3. Wat is je etniciteit?

- Nederlands
- Marokkaans
- Turks
- Surinaams
- Indonesisch
- Chinees
- Anders namelijk.....

4. Welk niveau doe jij op school?

- Praktijkonderwijs
- VMBO
- HAVO
- VWO of Gymnasium
- MBO
- HBO
- WO
- Anders namelijk.....

5. Waarom kijk je YouTube Video's?

- Voor entertainment
- Om te zoeken naar informatie
- Opzoeken hoe ik iets kan doen (tutorials)
- Om het dagelijks leven te ontvluchten
- Uit verveling
- Anders namelijk.....

6. Hoe vaak kijk je YouTube video's?

- Elke dag
- 5 tot 6 keer per week
- 3 tot 4 keer per week
- 1 tot 2 keer per week
- 1 keer per maand
- Minder dan 1 keer per maand

7. Hoeveel tijd per dag besteed je gemiddeld aan het kijken van YouTube Video's?

- Meer dan 3 uur per dag
- 2 tot 3 uur per dag
- 1 tot 2 uur per dag
- 30 minuten tot 1 uur per dag
- 15 tot 303 minuten per dag
- minder dan 15 minuten per dag

8. Wat voor soort video's bekijk je op YouTube? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Komedie
- Sport
- Film en animatie
- Gadgets en videogames
- Nieuws en politiek
- Auto's en voertuigen
- Doe het zelf video's of tutorials
- Dierenvideo's
- Vlogs
- Muziekvideo's
- Live materiaal
- Educatieve video's

9. Welk YouTube kanaal bekijk je het vaakst? (meerdere antwoorden mogelijk)

.....

Kies bij elke stelling het antwoord dat het beste bij jou past

helemaal mee eens
 de oneens beetje mee
 niet mee oneens/
 beetje mee
 de eens
 helemaal mee
 oneens
 oneens
 niet mee eens
 eens
 eens

Overkoepelend over reacties plaatsen (Communicatieve vaardigheden):

- 10. Ik stel vragen onder YouTube video's wanneer iets mij niet duidelijk is
- 11. Ik reageer op reacties van anderen onder YouTube video's
- 12. Ik plaats nooit haatreacties onder YouTube video's
- 13. Als ik een YouTube video leuk vind laat ik dit blijken door een reactie achter te laten

Probleemoplossende vaardigheden

- 14. Als mij iets niet lukt zoek ik een YouTube video om dit op te lossen
- 15. YouTube video's geven mij handvaten voor het oplossen van problemen

- 16. YouTube video's helpen mij om een kritische mening te vormen over bepaalde zaken
- 17. Na het bekijken van een YouTube video reflecteer ik op wat ik heb gezien

DIY en tutorial vaardigheden

- 18. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik om mijn make-up te doen
- 19. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik om mijn haar te doen
- 20. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik hoe ik mij kan kleden
- 21. Door het bekijken van een doe-het-zelf video (DIY) op YouTube leer ik om knutselwerken te maken
- 22. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik hoe bepaalde computerprogramma's werken
- 23. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik hoe bepaalde videogames werken
- 24. Door het bekijken van een tutorial op YouTube leer ik hoe ik een muziekinstrument kan bespelen

Waarde van vaardigheden

- 25. Door het bekijken van YouTube video's ben ik zelfstandiger in het uitvoeren van diverse taken
- 26. Door het bekijken van YouTube video's heb ik het gevoel dat ik beter weet hoe ik mij moet presenteren naar de buitenwereld toe
- 27. Door het bekijken van YouTube video's ben ik zelfverzekerder over mijn eigen kunnen in situaties waarin communicatieve vaardigheden zijn vereist.
- 28. Door het bekijken van YouTube video's vind ik mijzelf beter in staat om problemen op te lossen.
- 29. Zonder YouTube video's zou ik bepaalde vaardigheden die ik nu beheers niet beheersen.