

TREND RAPPO RTAGE

Online Leefwereld Jongeren
voorjaar 2026



TRENDRAPPORTAGE

Online Leefwereld Jongeren

Deze trendrapportage is gebaseerd op gesprekken met kinderen, jongeren, jongerenwerkers van Stichting JOU en sociaal makelaars Jeugd van DOCK uit alle Utrechtse wijken. In deze gesprekken deelden zij wat jongeren online meemaken en welke invloed dat heeft op hun dagelijks leven.

De onlinewereld biedt veel kansen. Jongeren vinden er sociale contacten, informatie en ruimte voor creativiteit en zelfexpressie. Tegelijkertijd zien we ontwikkelingen die zorgen oproepen. Deze signalen blijven soms onder de radar bij ouders, opvoeders en professionals, terwijl de impact op jongeren groot kan zijn.

Met deze rapportage maken we online trends en fenomenen zichtbaar. Daarmee ondersteunen we opvoeders en professionals bij het voeren van het gesprek met jongeren en het bieden van passende begeleiding.



1. Mannen versus vrouwen

In gesprekken met jongeren merken we dat sociale media steeds vaker content laten zien waarin mannen en vrouwen tegenover elkaar worden gezet. Vooral op TikTok en YouTube verschijnen video's waarin vrouwen mannen kleineren of hoge verwachtingen uitspreken over relaties en succes.

Sommige video's laten zien dat mannen vooral succesvol, rijk en dominant moeten zijn. Zo zijn er op YouTube en TikTok video's waarin vrouwen mannen kleineren. In deze video's spreken vrouwen duidelijke verwachtingen uit over relaties. Ze geven bijvoorbeeld aan dat ze geen "losers" willen en zien zichzelf als "de prijs" binnen een relatie. Mannen zouden volgens deze beelden vooral dankbaar moeten zijn voor de aandacht en kansen die zij van vrouwen krijgen. Ook ontstaat het idee dat mannen alles wat een vrouw doet of zegt moeten accepteren en goedkeuren.

Deze ontwikkeling zorgt bij sommige jongemannen voor druk en onzekerheid. Zij krijgen het gevoel dat ze niet goed genoeg zijn. Tegelijkertijd lijkt deze beweging voor een deel een reactie op ongelijkheid tussen mannen en vrouwen. In dit verband wordt vaak gesproken over het patriarchaat: een maatschappelijk systeem waarin mannen traditioneel de meeste macht, invloed en economische middelen hebben. Binnen zo'n systeem worden vrouwen structureel achtergesteld of onderdrukt.

Jongeren geven aan dat dit druk veroorzaakt. Vooral jongens krijgen het gevoel dat zij niet goed genoeg zijn.

"Een jongere vertelde mij dat zijn algoritme op TikTok vol staat met dit soort filmpjes. Hij gaf aan dat zijn kijk op de wereld verandert en de hoop om ooit ware liefde te vinden helemaal weg is." – Jongerenwerker

Tegelijkertijd blijft de zogenoemde manosphere zichtbaar. Dit is een online subcultuur - vooral op TikTok en YouTube - waarin traditionele en soms extreme ideeën over mannelijkheid centraal staan. De content lijkt in eerste instantie op zelfhulp of motivatie op het gebied van fitness, discipline of geld verdienen.

Binnen deze online subcultuur trekken algoritmes mensen steeds verder mee in dezelfde soort content. Daarbij worden vaak ongelijke en stereotype denkbeelden verspreid. Mannen worden neergezet als superieur en dominant, terwijl vrouwen juist als ondergeschikt of manipulatief worden afgebeeld.

Verschillende influencers oefenen via sociale media invloed uit op (jonge) mannen door middel van video's en podcasts. Bekende influencers binnen deze stroming zijn onder andere Andrew (en broer Tristan) Tate, Myron Gaines, Sneako, Nick Alper en Samuel Onuha.

Dit soort influencers trekt veel aandacht met hun uitlatingen over mannelijkheid, wat heeft geleid tot een verdienmodel. Deze denkbeelden zorgen niet alleen voor druk bij mannen, maar ook bij vrouwen, die geconfronteerd worden met verwachtingen over onderdanigheid en rolverdeling.

Traditionele en extreme denkbeelden krijgen door sociale media een steeds grotere rol. Sommige vrouwelijke influencers verheerlijken ongezonde relaties, bijvoorbeeld door te laten zien dat ze geweld van hun partner accepteren in ruil voor dure spullen. Jonge meiden kunnen dit als normaal of zelfs aantrekkelijk gaan zien.

De meiden met wie wij over deze trend in gesprek zijn geweest, geven aan dat het vooral gaat om leedvermaak richting de maker van de video's. Er zijn ook meiden die dit soort content niet afkeuren en bij wie dit invloed heeft op hun eigen denkbeelden.

We zien dat sommige jongens hierdoor juist onzeker worden over zichzelf. Zij krijgen het gevoel dat ze niet 'goed genoeg' zijn of dat ze veel aan hun uiterlijk moeten veranderen om succesvol te kunnen zijn.

“Op een gegeven moment signaleerden we dat jongeren een Amerikaanse influencer interessant begonnen te vinden. In het buurthuis hoorden we uitspraken van hem terug. Uitspraken over de status van vrouwen, mannelijkheid en veel geld verdienen.” – Jongerenwerker

ADVIES EN HANDELINGSPERSPECTIEF

Voer vanuit jouw rol het gesprek met kinderen en jongeren over media en social media. Stel open vragen over wat zij zeggen en over wat zij proberen uit te zoeken tijdens het opgroeien en in de zoektocht naar hun zelfbeeld en identiteit. Kinderen en jongeren krijgen niet vaak de kans om hun onzekerheden te bespreken. Wanneer leren zij over andere meningen, ideeën, nuances, verschillende waarheden en normen en waarden, of over verschillende (geloofs)overtuigingen?

Wij als opvoeders, ouders/verzorgers, leerkrachten en welzijnswerkers – de opvoedomgeving – moeten kinderen en jongeren hierbij ondersteunen door met hen in gesprek te gaan en dit gesprek mogelijk te maken. Zo leren zij meer over het verdienmodel achter de manosphere, online haat en radicalisering. Ook leren zij over desinformatie, algoritmes, online bubbels en online werving. Daarnaast worden zij zich bewuster van de gevolgen van online gedrag en van strafbaar gedrag.

We kunnen jongeren misschien niet altijd vertellen hoe de wereld precies in elkaar zit, maar we kunnen hen er wel over laten nadenken door het gesprek aan te gaan en andere opvoeders daarin mee te nemen.

Praat met jongeren over:

- algoritmes en online bubbels
- desinformatie en online beïnvloeding
- groepsdruk en online status
- online haat en radicalisering
- gevolgen van online gedrag

Door vragen te stellen en samen kritisch te kijken naar online content, leren jongeren beter nadenken over wat zij zien en geloven.

“We zijn met deze jongeren in gesprek gegaan. Door de juiste vragen te stellen, gingen zij anders kijken naar de ideeën van deze influencer. Uiteindelijk kwamen zij zelf tot de conclusie dat dit niet de juiste manier was om respect voor vrouwen en zichzelf te ontwikkelen.” – Jongerenwerker



LEESTIPS

- **Djoeke Ardon, Movisie - [Bijdrage | LinkedIn](#)**
Online haat, stalking en sextortion treffen vooral vrouwen, meiden en lhbtq+-personen. Hoe komt dit? En belangrijker nog: wat kunnen we ertegen doen?
- **[De impact van de manosphere | Nederlands Jeugdinstituut](#)**
Meer informatie over de impact en zorgelijkheid van de manosphere.
- **Onderzoek Jacqueline Kleijer - [Thesis Jacqueline Kleijer: Piemels & hakenkruizen - Zorgethiek.nu](#)**
Een zorgethische studie naar hoe jongens (11-15 jaar) online ultrarechtse content ervaren en beleven.
- **Onderzoek School & Veiligheid - [Invloed van de manosphere op de sociale veiligheid in het onderwijs - Stichting School & Veiligheid](#)**
Invloed van de manosphere op de sociale veiligheid in het onderwijs
- **‘Inside the manosphere’ Netflix documentaire Louis Theroux**
De documentaire onderzoekt de online wereld van ‘manfluencers’ en de invloed daarvan op jonge mannen.

Advies en hulp in Utrecht:

- Benader JOU jongerenwerkers (voor jongeren van 10-23 jaar) of DOCK-medewerkers (voor kinderen t/m 12 jaar) voor het faciliteren van gesprek, advies of voorlichting. Kijk voor meer informatie op www.jou.nl en www.dock.nl
- **Pretty Human - [Home | Pretty Human](#)**
Pretty Human biedt in Utrecht hulp aan jongeren op het gebied van relaties, seksualiteit en identiteit. Zij bieden zowel individuele hulpverlening als groepsvoorlichting.

2. Geweldsvideo's & vernedering

Een tweede trend die jongeren noemen, is de toename van geweldsvideo's op sociale media. Vernedering speelt hierin vaak een centrale rol.

Jumpen

Ook in Utrecht zien we het fenomeen 'jumpen'. Hierbij gebruikt een groep geweld tegen één persoon. Het filmen en verspreiden van de beelden hoort vaak bij het doel van de actie.

Jongeren vertellen dat deze video's vooral via Snapchat worden gedeeld, vaak in besloten groepen. Slachtoffers zijn vaak leeftijdsgenoten, maar soms ook onbekenden van de daders. Door deze video's krijgen de daders meer status binnen de groep. Agressie en dominantie worden hierbij ingezet om aanzien te krijgen.

"We zien dat groepsdruk een grote rol speelt bij het jumpen van een persoon. Jongeren willen hun status binnen de groep verhogen." – Jongerenwerker

Hoewel dit in Nederland nu veel aandacht krijgt is dit geen nieuwe trend. In landen als de VS en Engeland speelt deze trend al langer. Wat we nu zien is dat dit fenomeen zich verder verspreidt en zichtbaarder wordt, mede door sociale media.

Naast jumpvideo's worden online ook veel beelden van vechtpartijen gedeeld. Deze video's verschillen van jumpvideo's, omdat het hierbij gaat om conflicten die zijn geëscaleerd tot een vechtpartij. Jongeren vertellen ons dat in deze video's niet alleen de vechtpartij centraal staat, maar ook de publieke herkenning van het slachtoffer. Vaak worden foto's van de meest toegetakelde persoon verspreid met de vraag wie deze persoon kent. Hierdoor ontstaat online shaming, waardoor de impact van het geweld groter wordt en langdurig zichtbaar blijft.

Wij horen dat dit vooral meiden overkomt.

Pedohunten

Een voorbeeld hiervan zijn de zogenoemde pedo hunter-video's. Deze vallen deels binnen de invloedssfeer van de manosphere. In deze video's wordt getoond hoe vermeende pedoseksuelen worden opgespoord en publiekelijk geconfronteerd.

Jongens kijken naar deze video's van influencers en worden daardoor gestimuleerd om zelf op zoek te gaan naar "pedo's". Zij lokken volwassenen uit via sociale media. Daarbij doen ze zich online voor als een jong kind en komen zo in contact met volwassen mannen. In sommige gevallen worden hiervoor ook echte meiden ingezet.

Dit gedrag wordt soms zelfs goedgepraat door ouders, die vinden dat hun kind de samenleving beschermt. Het risico hiervan is echter groot. Beschuldigingen zijn lang niet altijd terecht, en situaties kunnen snel escaleren in geweld.

Zeg sorry-video's

Daarnaast zien we 'zeg sorry'-video's. In deze video's worden slachtoffers onder druk of dreiging gedwongen om op camera excuses te maken. Dit gaat soms gepaard met fysiek geweld, zoals jumping. De video's zijn in eerste instantie gericht op vernedering en machtsmisbruik.

De aanleidingen voor 'zeg sorry'-video's lopen sterk uiteen. Jongeren kiezen zowel willekeurige als bekende slachtoffers. Soms moet iemand zonder duidelijke aanleiding sorry zeggen, maar het kan ook gaan om een wraakactie.

Deze video's kunnen een groot gevoel van onveiligheid veroorzaken, omdat ze op ieder moment weer kunnen opduiken. Dit komt bovenop andere veelvoorkomende gevolgen, zoals een lager zelfbeeld en het afbrokkelen van sociale contacten.

“Slachtoffers zijn daarna op hun hoede, want ze weten niet wie het gezien heeft. Zowel online als offline zorgt dat voor een onveilig gevoel.” – Jongerenwerker



ADVIES

- Maak signalen bespreekbaar, individueel en in groepen
- Benoem dat het delen van geweld ook schadelijk gedrag is
- Praat over groepsdruk en online status
- Maak duidelijk wat strafbaar is, ook voor minderjarigen
- Schakel waar nodig ondersteuning in van JOU of DOCK.

3. Illegale handel via sociale media

Een derde zorgwekkend signaal dat we van de jongeren meekrijgen is de zichtbaarheid en normalisering van illegale handel via sociale media. Jongeren komen via sociale media steeds meer en makkelijker in aanraking met illegale handel. Denk aan het verkopen van nepgeld, handel in vapes, snus en medicijnen zoals Lyrica. Dit gebeurt vooral via TikTok, Instagram en Snapchat.

Door algoritmes krijgen jongeren deze content steeds opnieuw te zien. Hierdoor ontstaat normalisering. Jongeren geven aan dat het bestellen van middelen via sociale media voor hen eenvoudig en toegankelijk voelt.

Dit begint soms al bij kinderen van 8 tot 10 jaar, waardoor zij op jongere leeftijd gaan experimenteren. Lyrica, een medicijn dat bedoeld is voor epilepsie, wordt zowel online als op straat verkocht, bijvoorbeeld rond Hoog Catharijne.

“Als je met je vrienden iets wil uitproberen, dan is het supermakkelijk om via Snap iets te bestellen. Je stuurt gewoon een berichtje en dan komen ze het brengen. Dat is gewoon normaal.” – Jongere

Lyrica bevat een stof die een kalmerend en euforisch effect kan hebben. Jongeren gebruiken dit middel om hun grenzen op te zoeken en te verleggen. Het gebruik kan echter gevaarlijk zijn, mede door het verslavende effect.

Telegram wordt gezien als het meest ‘gevaarlijke’ platform voor illegale handel, omdat het relatief anoniem en moeilijk zichtbaar is. Toch komen veel jongeren hiermee in aanraking via populairdere platforms zoals TikTok, Snapchat, Instagram en WhatsApp. Accounts worden vaak snel aangemaakt, zijn slechts kort actief en worden daarna weer verwijderd.

De communicatie verloopt meestal via privéberichten. Daardoor zijn toezicht en handhaving lastig.

ADVIES

- Realiseer je dat jongeren dit gedrag vaak als normaal zien
- Ga in gesprek wanneer je signalen van gebruik opvangt
- Bespreek gezondheidsrisico's én juridische gevolgen
- Vraag advies of ondersteuning bij bijvoorbeeld Jellinek, JOU of DOCK

4. Actualiteit: Coachella

De afgelopen weken spraken veel jongeren over Coachella. Dit grote festival in Californië speelt zich voor veel jongeren vooral online af via livestreams, TikTok-video's en influencers.

In de video's van influencers maken zij zich klaar voor een nieuwe dag op Coachella. Daarbij vertellen ze uitgebreid over hun make-up, haarstijl en de kleding die ze dragen.

Het is een relatief zorgeloos fenomeen. Jongeren kunnen inspiratie opdoen uit de make-up en kleding van influencers. Tegelijkertijd is het belangrijk om in de gaten te houden dat jongeren zichzelf gaan vergelijken met influencers en beroemdheden.

Door de doelgroep die Coachella aantrekt, kan dit festival bijdragen aan het versterken van idealen rondom succes, status en uiterlijk.

ADVIES EN HANDELINGSPERSPECTIEF

- Toon interesse in de influencers die jongeren volgen
- Stel vragen zonder direct te oordelen
- Verdiep je als professional of ouder ook in onlinetrends
- Gebruik wetenschappelijke inzichten en tools om het gesprek aan te gaan



Bedankt voor jullie interesse in de online leefwereld van jongeren! We hopen dat deze rapportage helpt bij het werken met en ondersteunen van jongeren.

HULP EN CONTACT

Heb je vragen, ideeën of behoefte aan advies, voorlichting of gesprek? Neem contact op met:



Joost (JOU – Jongerenwerk Utrecht)
06-58 95 63 57
joost.vanrooden@jou-utrecht.nl



Clemens (DOCK Utrecht)
06-83 63 76 68
cstreng@dock.nl

- In de volgende rapportage over de online leefwereld van jongeren besteden we onder andere aandacht aan:
- **Looksmaxxing**