

De digitale leefwereld van kinderen en jongeren



apen
staart
jaren

**de digitale
leefwereld
van kinderen
en jongeren**

2024



Inhoud

5

Voorwoord

6

Methodologie

11

Toestellen en toegang tot schermen

19

Mediagebruik

27

Mediaopvoeding

- 27 - Afspraken thuis
- 32 - Praten over media,
thuis en op school

36

Omgang en attitudes

- 36 - Nieuws
- 42 - Verkiezingen
- 44 - Cybersecurity
- 46 - Hoe veilig gedragen jongeren
zich echt?
- 51 - Online relaties
- 54 - Sexting
- 55 - Cyberpesten

58

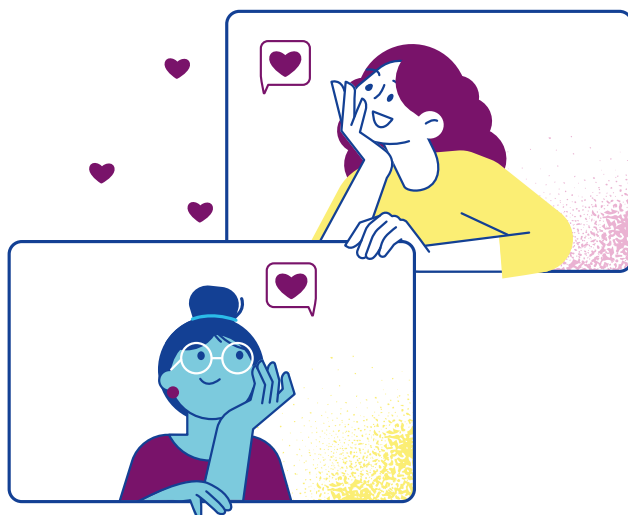
Digitaal welzijn

65

Conclusies en aanbevelingen

70

Colofon



Voorwoord

“Bedankt dat jullie dit doen, echt naar ons luisteren. En niet gewoon zeggen dat we allemaal slecht bezig zijn en de hele tijd gewoon op onze gsm's zitten.”

Deze woorden van een meisje van 13 aan het eind van een van onze focusgroepen drukken precies uit wat we hopen met Apenstaartjaren te bereiken: kinderen en jongeren aan het woord laten over hun mediagebruik en hun ervaringen met digitale media. Een beter inzicht in hun digitale leefwereld is een noodzakelijke voorwaarde voor meer begrip voor hun digitale leefwereld, en daar kunnen kinderen, jongeren en al wie met hen werkt of samenleeft alleen maar wel bij varen.

Het **Apenstaartjarenonderzoek** is in 2024 aan zijn **9de editie** toe, en groeide de voorbije 16 jaar uit tot de meest alomvattende studie naar mediagebruik en mediawijsheid bij kinderen en jongeren tussen 6 en 18 jaar in heel Vlaanderen en Brussel. Mediaraven, Mediawijs, de onderzoeksgroep imec-mict-UGent en Link in de Kabel legden hiervoor in het najaar van 2023 en het voorjaar van 2024 hun oor te luisteren bij **meer dan 7.000 kinderen en jongeren**. Net als in 2022 combineren we het onderzoek in lager en secundair onderwijs met een bevraging in het **buitengewoon onderwijs**. En net als in 2020 werken we samen met Média Animation en CSEM om ook in **Franstalig België** een onderzoek te voeren.

We hebben bijzondere aandacht voor een paar **nieuwe thema's**. Samen met **DNS Belgium** proberen we zo veel mogelijk te weten te komen over **cybersecurity** bij jongeren. In een jaar waarin er **verkiezingen** worden georganiseerd op alle beleidsniveaus, luisteren

we ook eens bij de jongeren hoe zij politiek en politieke advertenties op sociale media ervaren. En we zijn natuurlijk ook benieuwd naar wat kinderen en jongeren uitspoken met hét nieuwste technologische speeltje van dit moment: **generatieve AI**. We ronden het onderzoek af met vragen rond **digitaal welzijn**.

Kunnen we onze **bevindingen** vergelijken met de resultaten van **ander onderzoek**? Welke trends merken we op? Doorheen het rapport gaan we regelmatig op zoek naar antwoorden in volgende **onderzoeksmonitors**: (1) JOP-monitor¹, (2) MediaNest Cijfers² en (3) imec.digimeter³. We maken deze selectie omdat de onderzoeken regelmatig worden bijgewerkt met de meest recente gegevens over het onderwerp. Daarnaast komen er per thema ook nog specifieke onderzoeksprojecten aan bod zoals het AdLens onderzoek bij het thema verkiezingen.

Op de laatste bladzijden van dit rapport lees je wat wij uit het onderzoek **onthouden** en wat we graag als aanbeveling meegeven aan ouders, opvoeders, jeugdwerkers, leerkrachten en het beleid. We hopen je met die inzichten en alle cijfers, grafieken en tabellen in het rapport te kunnen inspireren en motiveren om (nog) meer met kinderen en jongeren in **dialog** te gaan over digitale media.

Veel leesplezier van het hele Apenstaartjarenteam!



Naast dit rapport publiceren we ook een filmpje met de belangrijkste inzichten op een rijtje. Je vindt deze explainer op www.apenstaartjaren.be

¹ De JOP-monitor is een grootschalige bevraging over de leefwereld van jongeren en dient als voedingsbodem voor het huidige jeugd- (en kinderrechten)beleid. <https://jeugdonderzoekplatform.be/cijfers/>

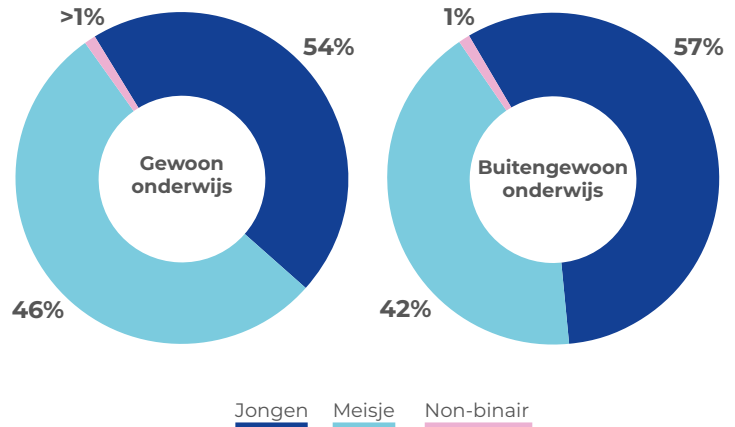
² MediaNest Cijfers is de tweejaarlijkse bevraging van Mediawijs naar het mediagebruik en mediaopvoeding bij Vlaamse gezinnen. www.medianest.be/onderzoek

³ imec.digimeter onderzoekt jaarlijks de trends rond bezit en gebruik van media en technologie bij 18+. <https://imec.digimeter.be/>

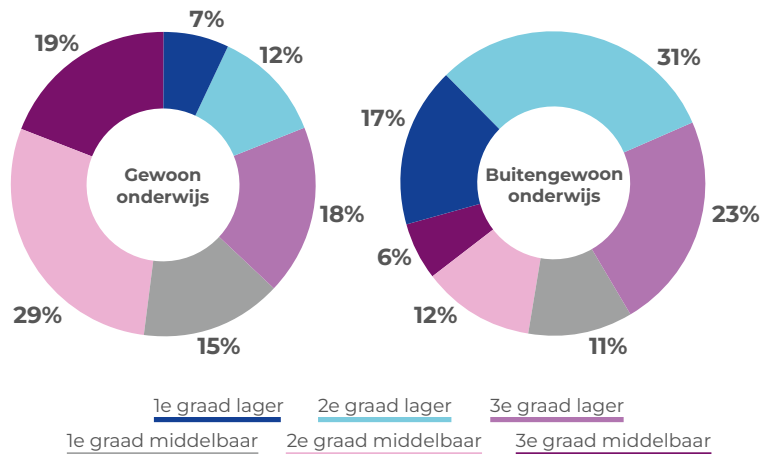
Methodologie

Net als bij alle vorige edities van Apenstaartjaren, deden we een grootschalige **online bevraging** in klasverband tussen oktober 2023 en januari 2024. De onderzoeksgroep imec-mict-UGent verwerkte vervolgens de resultaten.

In totaal vulden **7.168 kinderen en jongeren** uit het lager en secundair onderwijs (zowel gewoon als buitengewoon) de online vragenlijst in. Wanneer ze jonger waren dan 16 jaar, hadden we **toestemming** van hun ouders of voogd. Elke deelnemer beantwoordde vragen over **mediagebruik- en -bezit, digitale en mediawijsheid** en **mediaopvoeding** (=basisvragenlijst). Voor jongere kinderen en voor deelnemers in het buitengewoon onderwijs pasten we de formulering van deze vragen aan zodat de vraagstelling optimaal aansloot bij hun cognitieve capaciteiten en leeftijd. Na het invullen van deze basisvragenlijst kregen de tieners en jongeren nog aanvullende vragen voorgeschoteld over de verschillende thema's: **informatie, nieuws, verkiezingen, cybersecurity, digitaal welzijn, online relaties, sexting** en **cyberpesten**. Om de totale vragenlijst niet te lang te maken, verspreidden we deze thematische vragen op toevallige wijze over de deelnemers. Hierdoor is het aantal antwoorden op de thematische vragen dus lager dan voor de vragen in de basisvragenlijst.



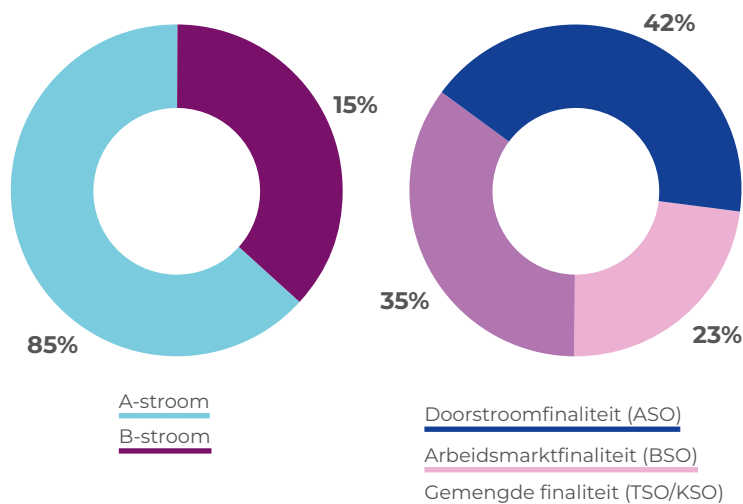
Grafiek 1: Percentage respondenten, uitgesplitst op geslacht voor gewoon (N=5.482) en buitengewoon onderwijs (N=306).



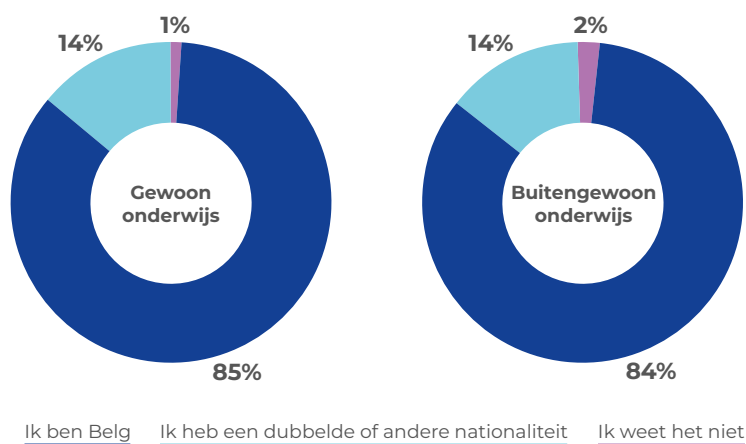
Grafiek 2: Percentage respondenten, uitgesplitst op graad voor gewoon (N=5.482) en buitengewoon onderwijs (N=295).

Nieuw dit jaar is dat kinderen uit de derde graad lager onderwijs grotendeels dezelfde vragen als jongeren uit het secundair onderwijs (met uitzondering van de thema's cybersecurity, sexting en verkiezingen) kregen. We kozen hiervoor omdat we in de vorige editie van Apenstaartjaren merkten dat het mediagebruik van kinderen van deze leeftijd vaak dichter aansluit bij dat van jongeren dan bij dat van jongere kinderen (de **digitale puberteit**). We noemen de groep kinderen uit de derde graad lager onderwijs **tieners**, degenen uit het **secundair onderwijs** omschrijven we als **jongeren**. Waar nodig splitsen we de data wel terug uit over lager en secundair onderwijs in functie van vergelijkingen met vorige edities en aanbevelingen.

Ook nieuw is dat kinderen en jongeren uit het **buitengewoon onderwijs** inhoudelijk **dezelfde vragenlijst** kregen als hun leeftijdsgenoten in het gewoon onderwijs. Op technisch vlak werd er een **voorleesknoop** en **extra uitleg** voorzien bij moeilijke en/of Engelse woorden.



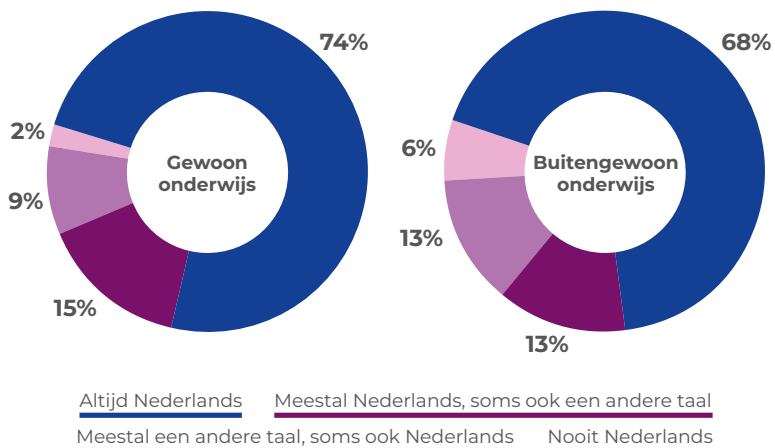
Grafiek 3: Percentage respondenten, uitgesplitst op opleidingstype voor secundair gewoon onderwijs (jongeren, N=3.469).



Grafiek 4: Percentage respondenten, uitgesplitst op nationaliteit voor gewoon (N=5.482) en buitengewoon onderwijs (N=306).

Rekening houdend met de officiële cijfers van het Vlaamse Ministerie van Onderwijs is gestreefd naar een **zo representatief mogelijke** steekproef⁴ van Vlaamse jongeren op vlak van **geslacht, opleidingsgraad en opleidingstype**. Onvolledige en foutieve antwoorden werden uit de dataset geweerd. Zo telt de **uiteindelijk steekproef 5.788 kinderen en jongeren**:

- Kinderen lager onderwijs: 2.013
- Jongeren secundair onderwijs: 3.469
- Kinderen buitengewoon onderwijs: 221
- Jongeren buitengewoon onderwijs: 85



Grafiek 5: Percentage respondenten, uitgesplitst op thuistaal voor gewoon (N=5.466) en buitengewoon onderwijs (N= 305).



⁴ De steekproef kent een lichte ondervertegenwoordiging van jongens in de B-stroom 1e graad middelbaar en jongens in het ASO en BSO 3e graad middelbaar.

Materiële en sociale deprivatie (MSD)⁵ als armoede indicator

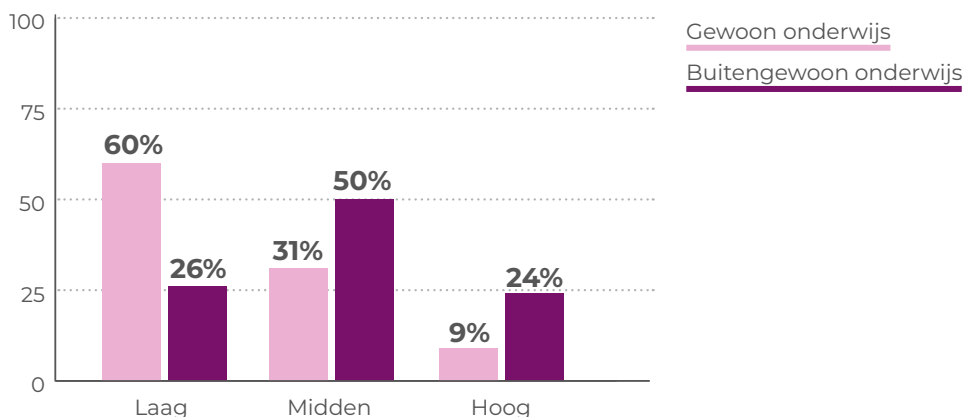
Uit de armoedecijfers voor 2023 die Statbel, het Belgische statistiekbureau, publiceerde op basis van de enquête naar de inkomens en levensomstandigheden (EU-SILC) blijkt dat 18,6% van de Belgische bevolking een risico lopen op armoede of sociale uitsluiting (AR-OPE). Aangezien kinderen en jongeren moeilijkheden hebben om het beschikbare gezinsinkomen en/of de werksituatie van hun ouders in te schatten, testen we in deze editie een derde indicator van armoede. Deze indicator wordt de **materiële en sociale deprivatie (SMSD)** genoemd of **het niet kunnen veroorloven van bepaalde goederen, diensten of activiteiten** terwijl die door de meeste mensen **als noodzakelijk of wenselijk worden beschouwd** voor een aanvaardbare **levensstandaard**.

Zich een week vakantie en een onverwachte uitgave kunnen permitteren bijvoorbeeld, vormt samen met 11 andere materiële en sociale kostenposten de basis voor de (ernstige) materiële en sociale deprivatie indicator. Wie zich vijf van die aspecten niet kan veroorloven is materieel en sociaal gedepriveerd (MSD). Wie zich zeven of meer aspecten niet kan veroorloven is ernstig materieel en sociaal gedepriveerd (SMSD). In 2023 bevond respectievelijk 10,4% en 6,1% van de bevolking zich in die situatie.

Voor deze editie van Apenstaartjaren vertaalden we deze materiële en sociale deprivatie indicator op **kindermaat** en kwamen uit op **10 kostenposten** in het gezin: (1) ik ga altijd mee op schooluitstap, (2) ik krijg elk seizoen nieuwe kleren, (3) ik kan elke dag vers fruiten verse groenten eten, (4) ik heb thuis spelletjes om te spelen, (5) ik mag vriendjes uitnodigen thuis, (6) ik kan thuis op het internet, (7) ik doe regelmatig uitstapjes met het gezin, (8) ik ga ieder jaar op reis, (9) ik heb thuis boeken die ik kan lezen en (10) ik heb één of meerdere hobby's.

Wie zich twee tot vier van die aspecten niet kan veroorloven, krijgt een **middelmatige deprivatiescore** (31%). Wie zich vijf of meer aspecten niet kan veroorloven is ernstig materieel en sociaal gedepriveerd en krijgt een **hoge deprivatiescore** (9%).

Bij de tieners en jongeren vroegen we nog naar **gepercieerd inkomen**. 16% van de tieners en jongeren (22% buitengewoon onderwijs) duidde hier 'ik weet het niet' aan. Dit geeft niet alleen aan dat deze vraag **moeilijk** te beantwoorden is, maar suggereert ook dat deze vraag veel **sociaal wenselijke antwoorden** bevat: niemand zegt graag dat ze geldproblemen hebben. Dit toont het **belang** aan van deze nieuw toegevoegde **vraag naar materiële en sociale deprivatie**.



Grafiek 6: Percentage respondenten, uitgesplitst op deprivatiescore voor gewoon (N=5.482) en buitengewoon onderwijs (N=306).

⁵ <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/armoede-en-levensomstandigheden/materiele-en-sociale-deprivatie>

Naast de kwantitatieve bevraging, voerden Mediawijs, imec-mict-UGent en Link in de Kabel **interviews en focusgroepen** uit bij **610 kinderen en jongeren**:

- 23 kinderen en jongeren uit de **jongerenzorg**
- 386 kinderen uit het **lager** onderwijs
- 168 jongeren uit het **secundair** onderwijs
- 33 kinderen en jongeren uit het **buitengewoon** onderwijs

Onderzoekers gingen in **gesprek** met groepjes van telkens 3 tot 12 leerlingen om verschillende thema's te bevragen.⁶ De aanpak en inhoud varieerde tussen de gesprekken. Sommige gesprekken hadden de vorm van focusgroepen, andere podcastinterviews. Bij die laat-

ste kregen de kinderen en jongeren - zowel gewoon als buitengewoon onderwijs - podcastapparatuur waarmee ze met elkaar konden discussiëren over enkele vragen die de onderzoekers stelden. Er was sprake van een officieel opnamemoment waar de onderzoekers bij waren, waaraan voorbereidende gesprekken in kleine groepjes van maximum 5 leerlingen vooraf gingen.

Uit de verschillende gesprekken selecteerden we de **belangrijkste bevindingen en quotes** die een verklaring, aanvulling of ondersteuning bieden voor het bredere onderzoek. De quotes in dit rapport zijn telkens illustratief voor uitspraken die we meerdere keren hoorden tijdens de interviews en focusgroepen.

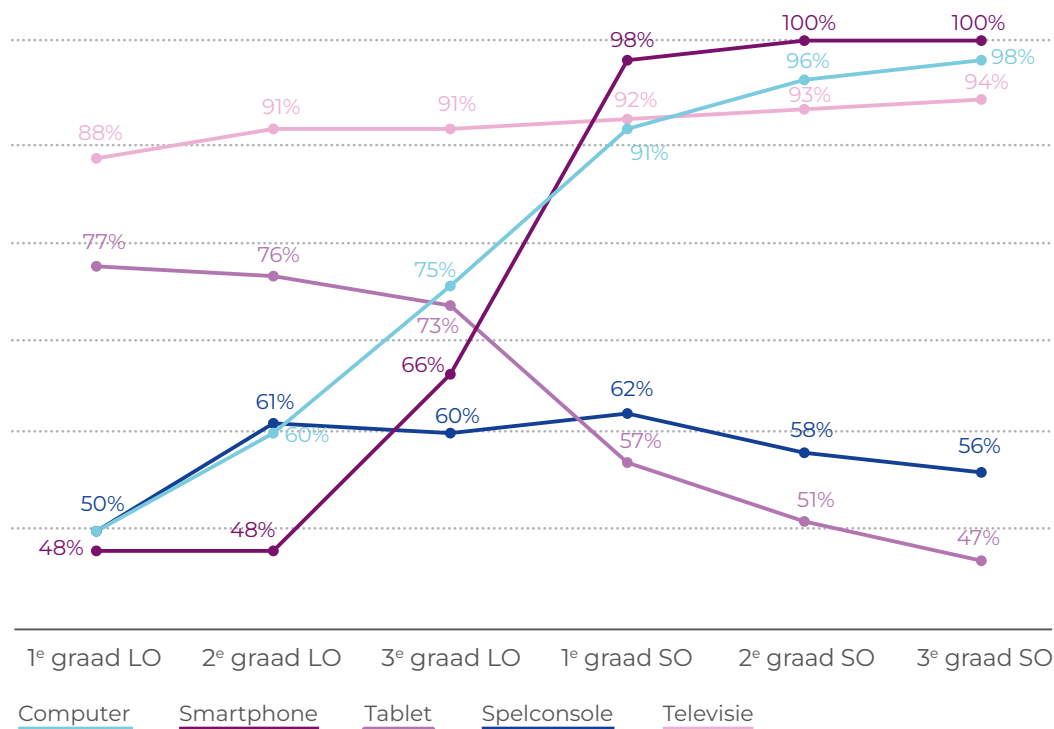


⁶ Mediagebruik, mediawijsheid, mediaopvoeding, digitaal welzijn, onangepaste inhoud, nieuws, privacy, cyberpesten, sexting en cybersecurity.

Toestellen en toegang tot schermen

Welke toestellen gebruiken kinderen en jongeren het meest en het liefst? Het is ondertussen de traditionele openingsvraag van Apenstaartjaren. We zien deze editie geen grote verrassingen: kinderen en tieners gebruiken het meeste de **televisie**, jongeren gebruiken de **smartphone**. De **computer**⁷ blijft bij alle leeftijden

vrij hoog scoren, waarmee we een bevestiging zien van de inhaalbeweging die laptops in het vorige onderzoek (net na corona en de Digisprong) maakten. Nog een terugkerende vaststelling: hoe jonger kinderen zijn, hoe meer ze een **tablet** gebruiken. Het gebruik van **spelconsoles** piekt in de kindertijd, om daarna te stagneren.



Grafiek 7: Toestelgebruik⁸ van kinderen, tieners en jongeren, per graad (N=5.482).

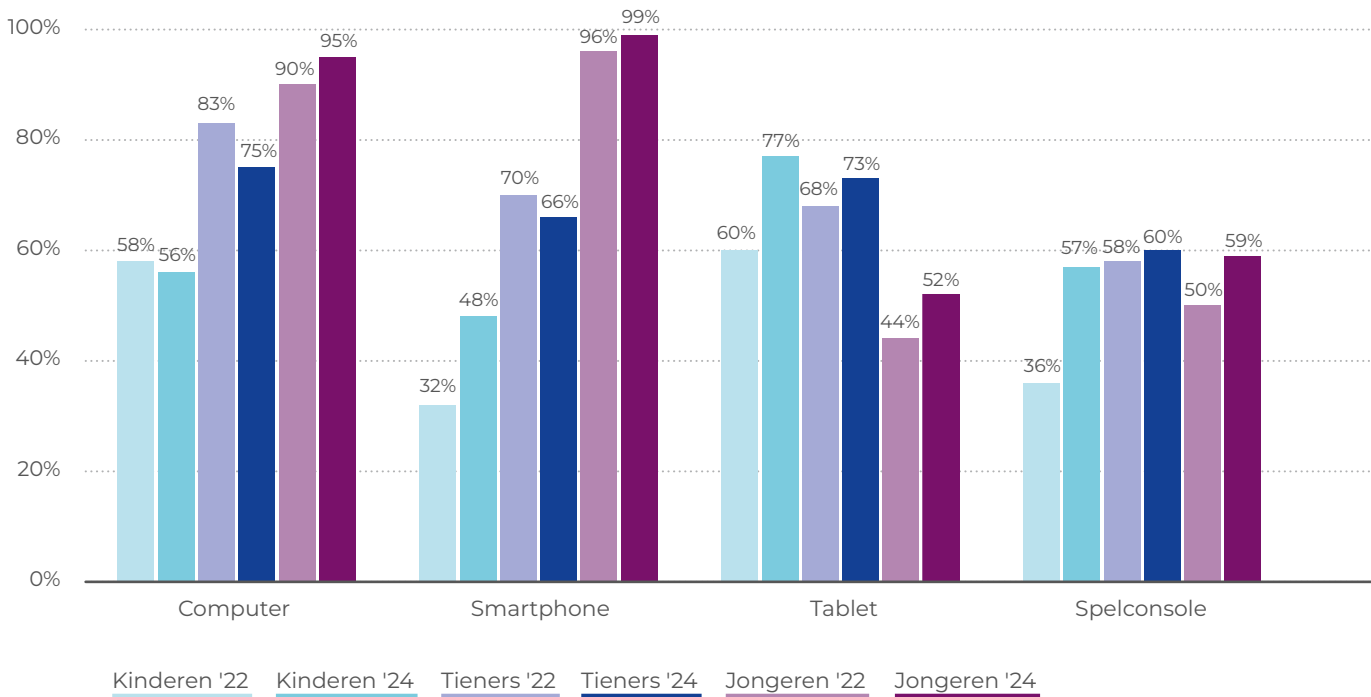
⁷ We peilen naar het gebruik van computers, waarmee we zowel laptops als vaste pc's bedoelen. Ook Chromebooks vallen in deze categorie.

⁸ De vraagstelling hier was "welke schermen gebruik je thuis zelf wel eens?"

Sneller internet, meer toestellen in huis

In vergelijking met 2022, lijken kinderen en jongeren een iets betere internetverbinding thuis te hebben. De groep die ontevreden is hierover wordt kleiner en kleiner. Bij kinderen zien we een (soms forse) **toename** in het gebruik van toestellen als **spelconsoles**, **tablets** en **smartphones**. Ook het gebruik van **smarthorloges**, **VR-brillen** en **luidsprekers** met spraakbediening blijft in de lift zitten. Desondanks is zeker niet iedereen even positief tijdens de klasgesprekken als het over VR-brillen gaat: het is vermoeiend voor de ogen, asociaal, zwaar, de batterij is snel leeg en ze zijn onnuttig!

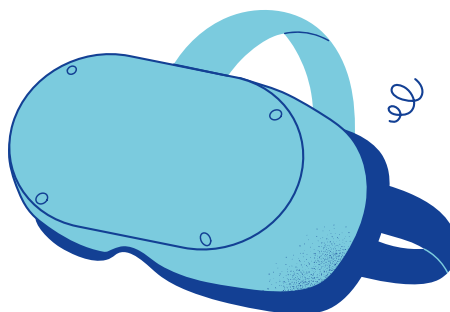
Bij de kinderen en tieners zien we een lichte **afname** in het gebruik van **computers**, wat wellicht kan verklaard worden door de enorme piek in deze cijfers in '22 onder invloed van corona, het thuisonderwijs en de net ingezette Digisprong toen. Het **smartphonegebruik** van tieners lijkt lichtjes te **dalen**, een trend die we ook in het volgende hoofdstuk rond mediagebruik zullen terugzien.



Grafiek 8: Toestelgebruik van kinderen, tieners en jongeren, in vergelijking met 2022 (N=5.482).

"Ik krijg een gsm in het zesde, normaal gezien. Ik was daar heel blij mee en ik wou dat echt al direct hebben, maar nu iets minder want ik heb nu al een smartwatch."

 Raya, 10 jaar

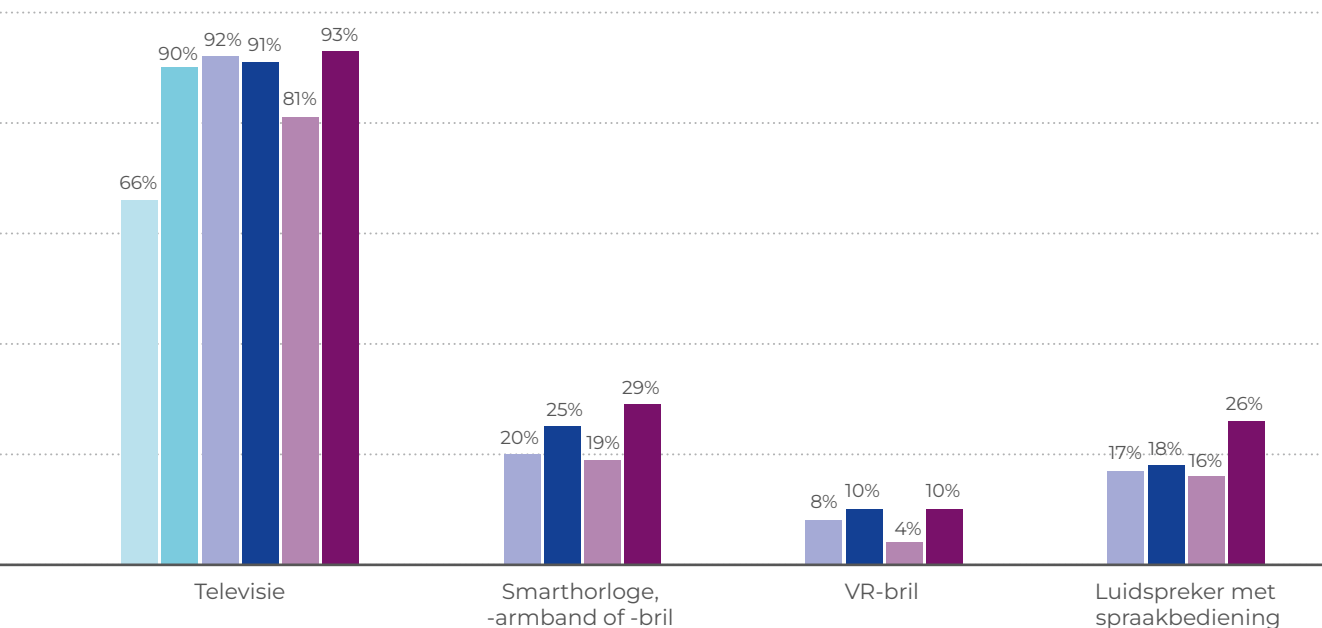


"Ik zou wel graag een VR-bril hebben, want er komt een nieuw ding dat Minecraft ook op VR komt. Dan zou ik dat wel graag willen hebben."

 Jens, 11 jaar

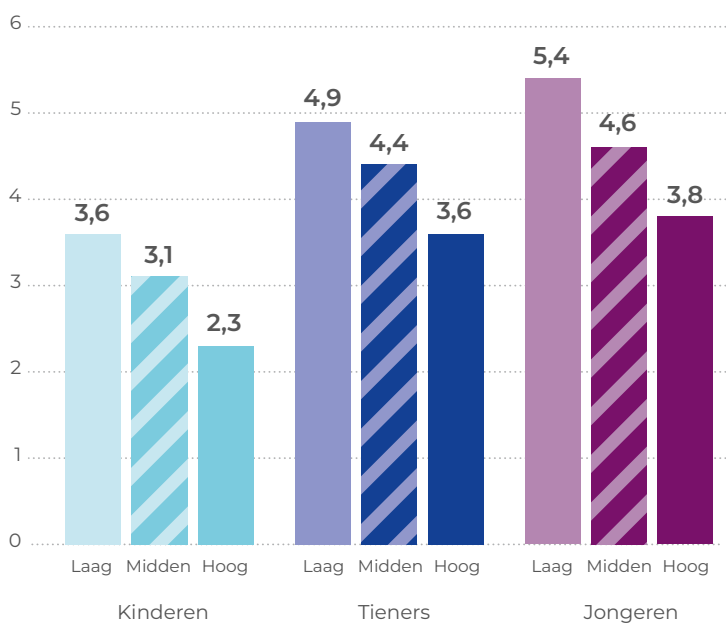
"(over VR-brillen...) Ik vind het wel jammer dat de maatschappij dit op de markt wil brengen, dat verpest de sfeer onder de mensen."

 Serafien, 15 jaar

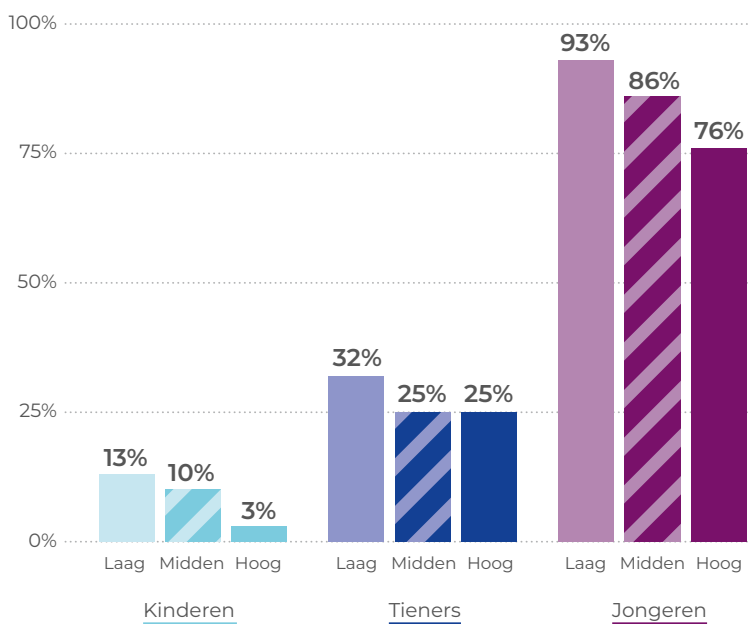


Grote verschillen tussen groepen

Opvallend bij het aantal toestellen: kinderen en jongeren met een hoge deprivatiescore hebben significant **minder toestellen**. 29% van de jongeren met een **hoge deprivatiescore** gebruikt maar één toestel of zelfs geen. Bij jongeren speelt de nationaliteit en thuistaal ook een rol. Jongeren met een dubbele of andere nationaliteit, of een andere thuistaal dan het Nederlands, gebruiken significant minder toestellen. Tot slot zien we bij de tevredenheid over de **kwaliteit van de internetverbinding** opnieuw een verschil naargelang de deprivatiescore: jongeren met een hoge deprivatiescore zijn minder tevreden over de werking van het internet thuis.



Grafiek 9: Gemiddeld aantal toestellen⁹, uitgesplitst op deprivatiescore bij kinderen, tieners en jongeren (N=5.482).



Grafiek 10: Bezit van een eigen smartphone met data abonnement, uitgesplitst op deprivatiescore bij kinderen, tieners en jongeren (N=5.482).

⁹ In totaal werden 9 toestellen bevraagd: Computer, Smartphone, Tablet, Spelconsole, Radio of muziekspeeler, Televisie, Smarthorloge, -armband of -bril, VR bril en Luidspreker met spraakbediening.

De eerste smartphone

“Wanneer geef ik mijn kind een smartphone?” Het is moeilijk en eigenlijk niet aangewezen om je daarvoor op cijfers en gemiddelden te baseren. In veel gezinnen is een smartphone beschikbaar voor de kinderen, zonder dat die smartphone **van hen zelf** is. Het gaat daarbij vaak ook over een toestel zonder volledige **connectiviteit** (dat bijvoorbeeld enkel op wifi kan). De vraag is dus wat je precies wil meten als je een uitspraak wil doen over de leeftijd waarop kinderen uit de lagere school gemiddeld gezien hun eerste smartphone krijgen.

We vermelden daarom drie cijfers:

- 1 Hoe oud zijn **kinderen** in de lagere school die een **smartphone hebben** gemiddeld wanneer ze er een krijgen? We zien dat die leeftijd in 2024 opnieuw **licht gedaald** is ten opzichte van 2022: van 8 jaar en 4 maand naar **8 jaar en 1 maand**¹⁰. Hiermee zet de trend zich verder die al meerdere edities van Apenstaartjaren loopt. Wat meespeelt in deze daling, is dat steeds meer kinderen een (afgedankte) smartphone gebruiken als **vervanger voor de tablet**. Die toestellen liggen er toch, dus waarom een tablet kopen? Toch is het belangrijk dit gemiddelde voldoende te nuanceren. Het houdt immers nog geen rekening met de **59% van de kinderen** uit de lagere school die **nog geen smartphone** bezitten.

“Ik heb een gsm, maar ik kan daar geen spelletjes op spelen, dat is zo'n test-gsm, ik krijg een echte gsm in het zesde leerjaar”

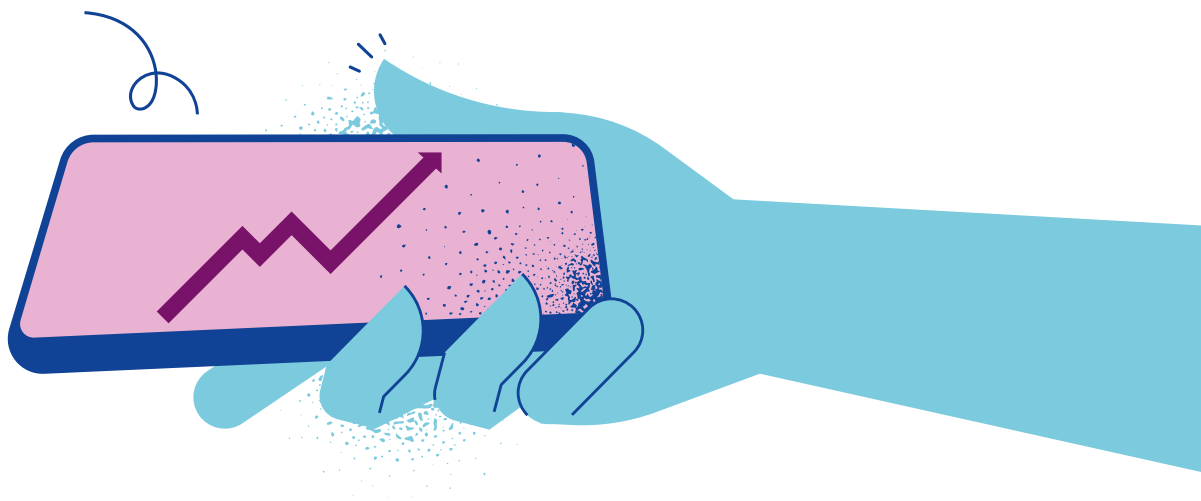
 Margot, 10 jaar

“Mijn neven en nichtjes hebben een gsm maar zonder simkaart en dan doen die gewoon spelletjes enzo daarop”

 Irma, 15 jaar

“Ik kreeg mijn eerste gsm toen ik 7 jaar was... Vroeger had ik ook een tablet, maar sinds ik mijn gsm heb, gebruik ik alleen die nog”

 Arne, 13 jaar



¹⁰ Dit gemiddelde is berekend op basis van alle kinderen uit de lagere school die aangeven een smartphone in hun bezit hebben én nog weten op welke leeftijd ze die kregen. Dit is 37% van alle lagere schoolkinderen. 59% van alle kinderen uit de lagere school geeft aan geen smartphone te bezitten of te gebruiken. De resterende 4% heeft een smartphone maar herinnert zich niet vanaf welke leeftijd, of beantwoordde de vraag niet.

2 Op welke leeftijd kregen kinderen en jongeren die nu een smartphone hebben voor het eerst een smartphone? Dit geeft een ander beeld, omdat je zo ook de tendens in kaart brengt: een **smartphonebezitter** die nu in de tweede graad secundair onderwijs school loopt, was gemiddeld een stuk ouder (10 à 11 jaar) toen zij haar eerste toestel kreeg dan een smartphonebezitter die nu in de derde graad lager onderwijs zit (8 à 9 jaar). Dit cijfer brengt dus de trend mooi in beeld, en ook hier zien we dezelfde tendens als bij de **gemiddelde leeftijd waarop smartphonebezitters hun eerste telefoon kregen: neerwaarts.**

3 Vanaf welke leeftijd heeft **de helft van de kinderen een eigen smartphone met volledige connectiviteit?** Dit cijfer komt wellicht het dichtst in de buurt van de vraag die ouders zich vaak stellen. In grafiek 12 kan je duidelijk zien dat dit tussen **11- en 12-jarige leeftijd** is.

"Ik kreeg mijn gsm op mijn twaalf jaar, na de communie. Dat was de regel bij ons thuis."

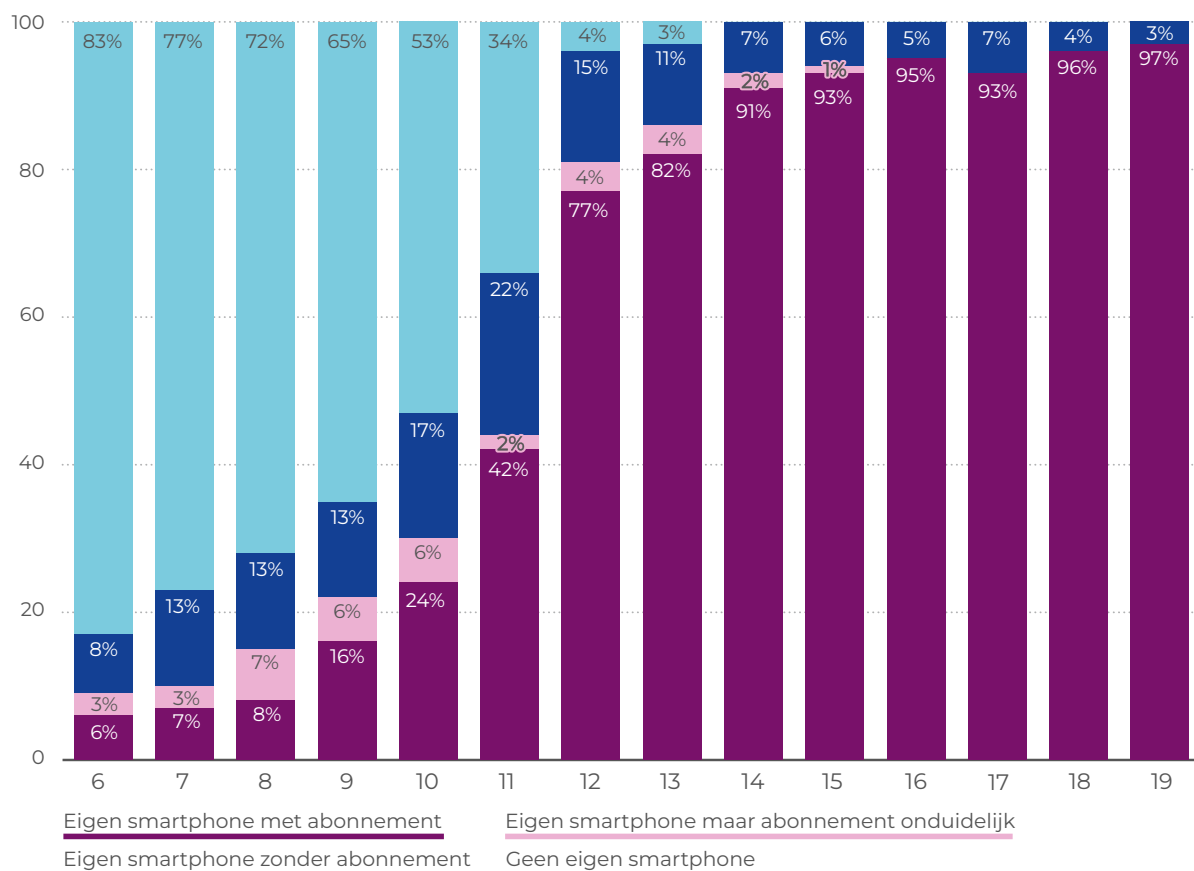
Isabeau, 17 jaar

"Ik had ook eerst een iPad, dan heb ik de oude gsm van mijn papa gekregen. Ik had niet direct nood aan een splinternieuwe gsm ofzo. Ik was redelijk jong, 8-9 jaar, om een gsm te krijgen."

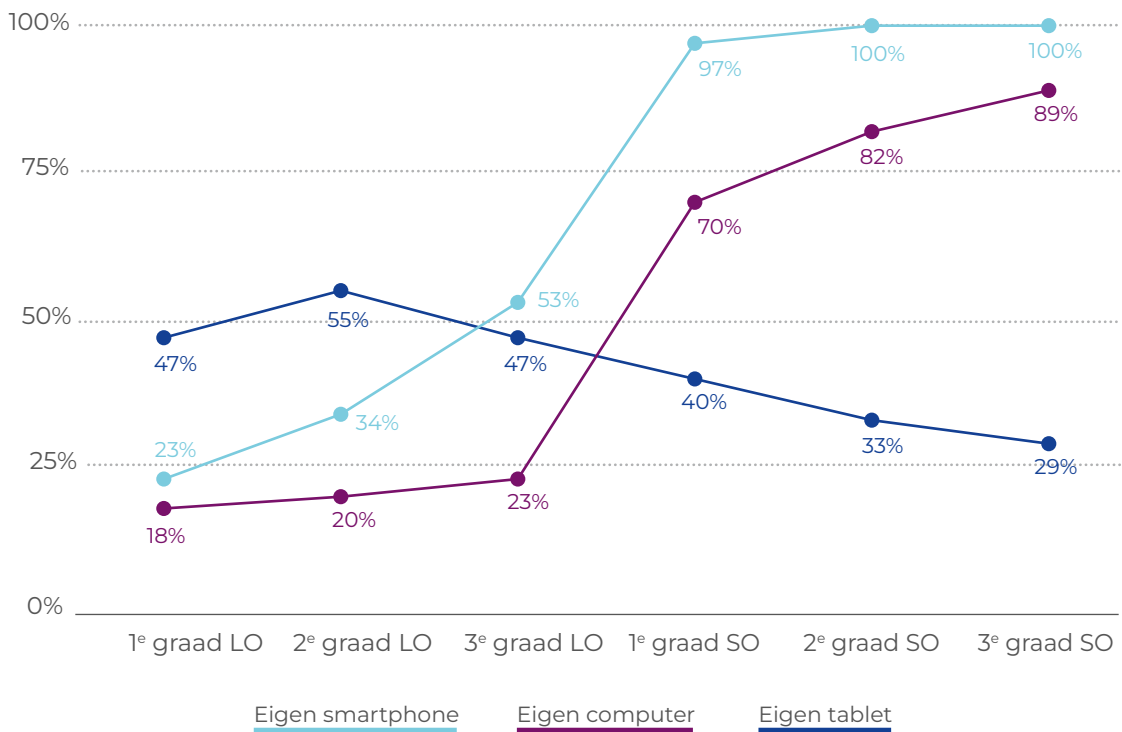
Jolien, 15 jaar

"Ik had op mijn 4 jaar een iPad en op mijn 10 een gsm, gewoon omdat ik op vakantie ging en mijn vader mij wou kunnen bereiken. Op mijn 12 kreeg ik dan een echte gsm."

Eva, 15 jaar



Grafiek 11: Smartphonebezit bij kinderen en jongeren, uitgesplitst op leeftijd (N=5.482).



Grafiek 12: Toestelbezit bij kinderen, tieners en jongeren tot en met de eerste graad secundair onderwijs (smartphone, laptop en tablet) (N=5482).

Net zoals bij **toestelgebruik**, zien we dat op het gebied van toestelbezit het **kantelpunt** duidelijk in de **derde graad lager onderwijs** zit. Vanaf dit moment geeft **meer dan de helft** van de kinderen aan dat ze over een **eigen smartphone** bezitten (53% in de derde graad), waarmee ze ook volledig geconnecteerd (29% in de derde graad) zijn. Terwijl er in het lager onderwijs nog een vrij grote groep kinderen is die op hun (eigen) smartphone **geen data-abonnement** heeft (20% van de smartphonegebruikers in de derde graad lager onderwijs), neemt die groep in het secundair onderwijs sterk af in omvang (8% van de smartphonegebruikers). Opvallend: kinderen en tieners met een **hoge deprivatiescore** lijken **eerder** over hun eigen **geconnecteerde smartphone** te beschikken dan kinderen en jongeren met een lage deprivatiescore.

Tijdens de interviews en klasgesprekken bij jongeren valt op dat ze vaak **schrikken** van de leeftijd waarop kinderen en tieners hun eerste smartphone krijgen. Ze vinden dit vaak te **jong**, of geven aan zelf blij te zijn dat ze hun toestel wat later gekregen hebben. Tieners

die geen eigen smartphone hebben, geven ook aan hier **tevreden** mee te zijn (zie ook het hoofdstuk rond mediaopvoeding). Ouders die geneigd zijn om de aankoop van het eerste smartphonetoestel nog wat uit te stellen, lijken daarvoor dus best wel wat ruimte te hebben. In elk geval is het belangrijk om niet alleen naar de leeftijd te kijken bij de beslissing over een dergelijke aankoop. Hierbij zijn het maken van duidelijke afspraken en regels minstens even belangrijk.

"Oh my god, 8 jaar? Dat is erg jong. Ik verschiet daar wel van. Het zou gemiddeld 16 jaar moeten zijn."

Karel en Jan, 15 jaar

"Ik ben eigenlijk echt blij dat ik mijn gsm pas op mijn 12e heb gekregen."

Shelly, 16 jaar

"Als die zich dan moeten gaan baseren op dingen die je ziet op TikTok, dan zijn hun verwachtingen over de realiteit echt superfout"

Daisy, 16 jaar

Intensiteit van gebruik

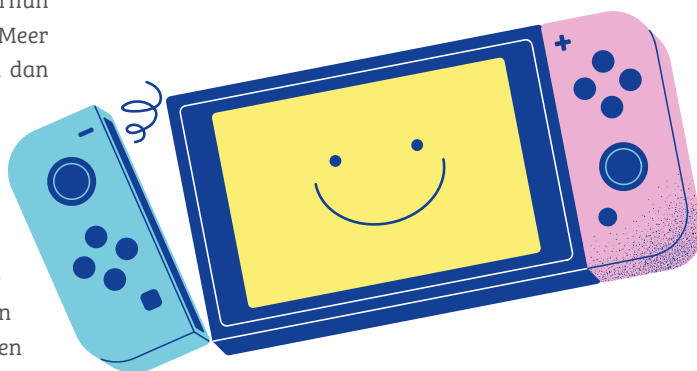
In deze editie van Apenstaartjaren kozen we voor een andere methode om de intensiteit van gebruik in kaart te brengen. In 2022 vroegen we de kinderen en jongeren om een indicatie te geven van het aantal uur dat ze de toestellen gebruikten. Deze vraagstelling bleek voor velen niet evident. Daarom polsen we nu naar een **inschatting** van de intensiteit op een school- of vrije dag (nooit, meestal niet, af en toe, elke dag, meerdere keren op de dag). **Ondanks een verandering in vraagstelling** zien we wel **dezelfde tendens**: toestellen worden **méér en intensiever** gebruikt op **vrije dagen** dan op schooldagen.¹¹ De grootste groep jongeren gebruikt hun smartphone meerdere keren per dag (62% op een schooldag, 75% op een vrije dag). Op vrije dagen worden alle toestellen meer gebruikt dan op schooldagen. Met uitzondering van de computer: jongeren gebruiken deze meer op schooldagen.



Leerlingen in het buitengewoon onderwijs

Bij tieners en jongeren in het buitengewoon onderwijs zijn de smartphone en laptop even populair als bij leerlingen in het gewoon onderwijs. Kinderen in het buitengewoon onderwijs gebruiken **opvallend vaker** dan hun leeftijdsgenoten een **smartphone** (66% tov 48%). Meer kinderen in het buitengewoon onderwijs hebben dan ook een **eigen smartphone** (61% tov 30%) **met data-abonnement** (32% tov 11%). De tablet is dan weer iets minder geliefd en de **spelconsole** juist meer.

Scholieren uit het buitengewoon onderwijs **gebruiken** hun toestellen ook veel **intensiever** dan andere leerlingen: zowel op een schooldag als op een vrije dag. Dit zagen we ook in 2022: de smartphone was toen ook al een heel belangrijke toegangspoort naar de wereld of een handig hulpmiddel om hun beperkingen te compenseren.



¹¹ Dit lijkt overeen te komen met de bevindingen van de jongste JOP-monitor.

Mediagebruik

Nu we weten welke toestellen kinderen en jongeren gebruiken, is het tijd om in te zoomen op de vraag wat ze daar precies mee doen. Om te beginnen kunnen we een vaststelling uit de vorige edities van Apenstaartjaren herhalen: **mediagebruik evolueert** met de leeftijd. Van filmpjes kijken en games spelen bij (jonge) kinderen

naar meer socialemediatoepassingen bij jongeren. Terwijl de **schermen kleiner** worden (van televisie en tablet naar smartphone), wordt de **wereld groter** (meer interacties met anderen, maar ook veel meer verschillende activiteiten).

Media-activiteit (kinderen)	Gewoon onderwijs	Buitengewoon onderwijs
Films, series of programma's kijken	82%	74%
Games spelen	79%	82%
Muziek luisteren	75%	76%
Huiswerk maken	73%	36%
Korte filmpjes kijken	69%	75%
Video's, foto's, stories (verhalen) ... maken	54%	51%
Informatie opzoeken	50%	44%
Met vrienden, ouders, broer, zus ... praten	48%	55%
Het nieuws volgen	47%	43%
Videobellen	46%	51%
Telefoneren	38%	51%

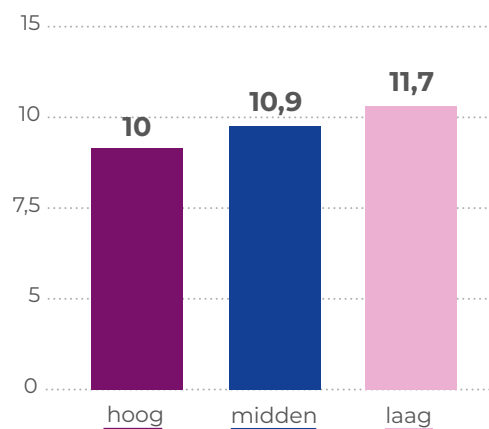
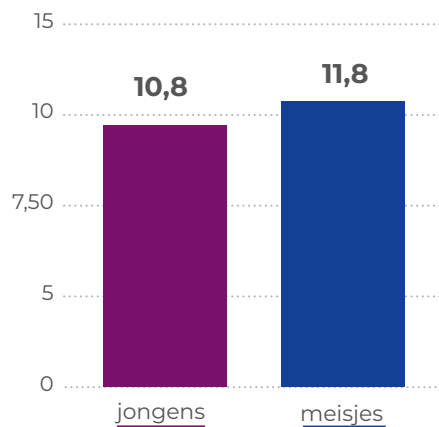
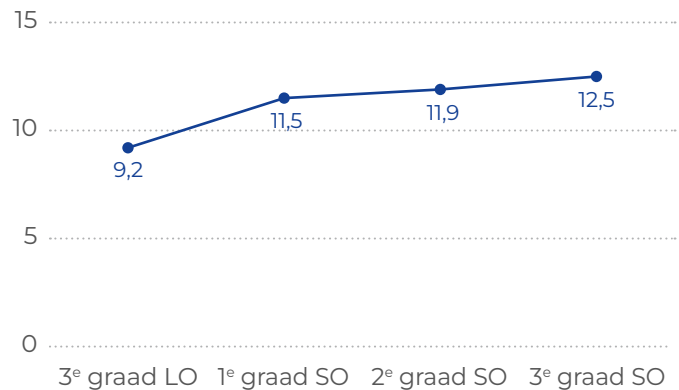
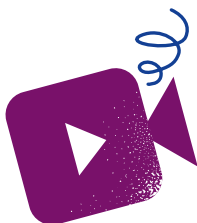
Tabel 1: Media-activiteiten die kinderen (soms) doen, gewoon onderwijs (N=1.029) en buitengewoon onderwijs (N=142).

	Tieners	Jongeren
Huiswerk maken	81%	85%
Films/series kijken op YouTube, Twitch of een andere app	72%	69%
Games spelen	68%	58%
Muziek luisteren	67%	88%
Berichten sturen of chatten	59%	96%
Informatie opzoeken	58%	77%
Films/series kijken op Netflix, Disney+ en streamingsapps	54%	68%
Korte filmpjes of fotos kijken op Instagram, TikTok of andere sociale media	54%	91%
Films/series kijken van zenders	51%	47%
Videobellen	48%	53%
Foto's en/of filmpjes maken	40%	60%
Telefoneren	39%	68%
Nieuws bekijken	37%	35%
Op sociale media reageren of liken	29%	72%
Spraakberichten sturen	28%	50%
Foto's en/of filmpjes bewerken	25%	29%
Online shoppen	22%	45%
Podcasts luisteren	21%	17%
E-mails versturen	19%	31%
Artificiële intelligentie die inhoud maakt gebruiken	18%	25%
Eigen posts, foto of filmpjes op sociale media delen	16%	20%
Spraakopdrachten geven aan slimme speaker	12%	11%

Tabel 2: Media-activiteiten die minstens wekelijks voorkomen bij tieners (N=984) en jongeren (N=3.469).

Het **aantal media-activiteiten** neemt toe met de leeftijd. Kinderen uit de eerste graad lager onderwijs geven aan **wekelijks** gemiddeld 6,3 activiteiten te doen uit een lijst met 11 opties, in de tweede graad is dat al 6,8. Vanaf de derde graad en in het secundair onderwijs lieten we de tieners en jongeren een keuze maken uit de 22 activiteiten uit tabel 2. Ook hier zien we een geleidelijke stijging naarmate de leeftijd toeneemt (van wekelijks 9,2 activiteiten bij de tieners naar 12,5 bij de jongeren). Opvallend: meisjes lijken wekelijks **meer verschillende media-activiteiten** te doen dan jongens. En misschien niet verrassend: het aantal media-activiteiten neemt toe naarmate de **deprivatiescore** lager wordt. Dit effect is het **sterkst bij kinderen**: kinderen met een lage score doen gemiddeld bijna dubbel zo veel activiteiten (7,4) als kinderen met een hoge score (3,9) op materiële en sociale deprivatie.

In het buitengewoon onderwijs vertonen kinderen een ander digitaal media-gedrag in vergelijking met hun leeftijdsgenoten. Ze spenderen meer tijd aan het **spelen van games** en het **bekijken van korte filmpjes**. Ook podcasts kunnen hun meer smaken dan hun leeftijdsgenoten. Daarentegen besteden ze minder tijd aan het maken van **huiswerk**, **informatie** zoeken, het versturen van **spraakberichten**, online **winkelen** en het kijken van **films**, **series**, of andere programma's.



Grafieken 13, 14 & 15: Verschillen in aantal wekelijkse media-activiteiten bij tieners en jongeren, uitgesplitst op respectievelijk graad, geslacht en deprivatiescore (N=4.453).

“Long form” vs. “short form”

Filmpjes kijken is, al zo lang we het Apenstaartjarenonderzoek doen, in elke leeftijdscategorie een zeer populaire activiteit. Omdat we graag wat meer willen weten over welke filmpjes dat nu net zijn, maken we een onderscheid tussen long-form en short-form content. Met dat eerste bedoelen we bijvoorbeeld het kijken naar **films, series of programma's** (82% van de kinderen doet dit). We hebben het hier meestal over gecensureerde content, gemaakt door productiehuisen in opdracht van zenders (zoals VTM Go of Ketnet) of streamingplatformen (zoals Netflix en Disney+). 69% van de kinderen geeft ook aan naar **korte filmpjes** te kijken. Hier kan ook de meer niet-gecensureerde content onder vallen die kinderen zien op platformen als YouTube(Kids) of TikTok.

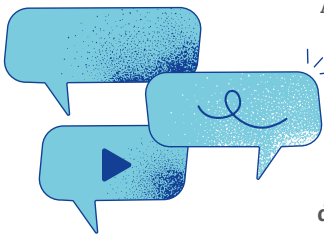
“TikTok mag ik niet meer, omdat ik die filmpjes ging nadoen en mama vond dat niet zo leuk. Allemaal dansjes met scheldwoorden. Ik zei die scheldwoorden wel niet.”

 Eloise, 7 jaar

“Ik moet wel rekening houden met mijn zusje als die meekijkt, dat ik niet ineens een horrorfilm opzet. Als ik alleen kijk, mag ik opzetten wat ik wil.”

 Ruth, 10 jaar

“One to one” vs. “one to many”



Aangezien bijna alle tablets en smartphones minstens twee camera's hebben, zijn we ook benieuwd in welke mate kinderen en jongeren zelf **foto's en video's** maken. Dat cijfer ligt

met 54% (ten opzichte van 37% in 2022) **verrassend hoog** bij kinderen, zeker kinderen uit de eerste graad lager onderwijs geven in grote mate aan dat ze daarmee bezig zijn. Bij de jongeren in het secundair onderwijs geeft 60% aan dit wekelijks te doen.

Betekent dit dan ook dat kinderen en jongeren massaal filmpjes en foto's van zichzelf **delen op sociale media**? Nee: kinderen gebruiken sowieso veel minder apps waarmee dit mogelijk is, en slechts een vijfde van de jongeren geeft aan zelf gemaakte content te delen op

Bij tieners en jongeren zien we dat de populariteit van deze “short form content” **toeneemt met de leeftijd**: 54% van de tieners uit de derde graad lager onderwijs kijkt wekelijks naar korte filmpjes op social media, in het secundair onderwijs stijgen de cijfers van 85% (eerste graad) tot 94%. Straks zullen we ook zien dat dit samenhangt met de **populariteit van de platformen** waarop die content het meest bekeken wordt: Instagram en TikTok.

Ook **films en series** gaan er bij tieners en jongeren nog gretig in, maar het relatieve belang ervan in hun totale mediaconsumptie **neemt af naarmate ze ouder worden**. YouTube is een heel populair platform om films of series te kijken bij tieners (72% wekelijks) en jongeren uit de eerste graad secundair (73% wekelijks). Voor de tweede en derde graad secundair zijn de **streamingplatformen** het belangrijkste, met Netflix op kop: meer dan 6 op de 10 jongeren in deze groep kijkt hier wekelijks naar.

sociale media. Dit sluit aan bij de vaststelling dat jongeren sociale media **vooral passief** gebruiken: content kijken is belangrijker dan liken en interageren, en veel belangrijker dan zelf content posten. Een andere manier om ernaar te kijken is dat we kunnen vaststellen dat **één-op-één communicatie** (bijvoorbeeld via chatten, telefoneren of spraakberichten sturen) een veel belangrijkere activiteit is dan **één op veel communicatie** (content posten op al dan niet publieke kanalen).

Ik doe dat niet, je kan zomaar een rare edit worden van iemand.”

 Rhijad, 10 jaar

“Ik zet filmpjes van mezelf die piano speelt op YouTube om dan aan mijn klas te tonen, maar dat staat privé dus niet heel de wereld kan dat zien.”

 Loes, 10 jaar

Populaire apps: een aantal verschuivingen

Gaan we na welke apps onze respondenten graag gebruiken, dan zien we dat kinderen en jongeren nog steeds volop vallen voor de charmes van YouTube. In onderstaande tabel zien we vooral een **stijging** bij **streamingplatformen** in vergelijking met 2022, zowel bij kinderen en jongeren. Netflix blijft het belangrijkste streaming platform voor films en series, zowel voor kinderen als jongeren. Voor muziek behaalt Spotify opnieuw een mooie tweede plaats. De trend om betalende accounts te gebruiken (samen met de ouders of andere familieleden) zet zich dus duidelijk voort.

WhatsApp, Snapchat en TikTok zijn **dé sociale media** van **jongeren**. Ook heel wat kinderen en tieners vinden al hun weg naar deze platformen. Ten opzichte van 2022 zijn Instagram (bij tieners), Facebook en Facebook

Messenger de platformen die het meest achteruitgang lijken te boeken in de ranking van populaire apps.

"Ik vind dat saai Facebook, dat is voor grotere mensen. Da's ouderwets. Je krijgt daar ook veel vieze dingen op. Ik meld dat en dan doe ik dat weg."

 Mina, 12 jaar

Geslacht en materiële en sociale deprivatie maken een **verschil** in appgebruik: jongens en kinderen met een lage deprivatiescore gebruiken meer apps dan de andere kinderen en jongeren. Kinderen uit het buitengewoon onderwijs zijn meer dan hun leeftijdsgenoten actief op sociale media (terwijl dit bij de tieners en jongeren minder hard verschilt).

	Kinderen en tieners 24	Jongeren 24
Whatsapp	40% ↓	95% ↑
Snapchat	37% ↓	94% ↑
Schoolplatform	64%	93%
Youtube	83% ↓	92% ↓
TikTok	39% ↓ ↓	87% =
Spotify	55% ↓	87% ↑ ↑
Instagram	17% ↓ ↓	85% =
Netflix	75% ↑	84% ↑ ↑
Bereal	/	51%
Facebook	10% ↓	46% ↑
FB Messenger	9% =	43% ↓
Disney+	49% ↑ ↑	41% ↑ ↑
X	/	21% =
Ketnet	48% ↑	9% =
YT Kids	30% ↑	2% =

Tabel 3: Appgebruik¹² bij kinderen en tieners (N=2007) en jongeren (N=3469), in vergelijking met 2022 (pijlen).

¹² De vraagstelling bij kinderen was "welke apps gebruik je wel eens", bij tieners en jongeren hebben we antwoordcategorieën "af en toe, 1 tot 3 keer per week, (bijna) elke dag en meerdere keren per dag" samen genomen om vergelijking met de editie van 2022 mogelijk te maken.

Digitale puberteit

De **derde graad lager** onderwijs is de **scharnierleeftijd** op vlak van **media-activiteiten** en appgebruik. Je kan niet zomaar zeggen dat tieners al volledig gelijkaardig mediagebruik vertonen als de jongeren, maar ze lijken ook niet meer echt op kinderen. We zien vooral grote interpersoonlijke verschillen, met een grote groep tieners zonder smartphone of social mediagebruik, en een grote groep die al volop met sociale media aan de slag gaat op een eigen geconnecteerde smartphone.

Tieners zijn duidelijk **online socialer** dan kinderen: meer dan de helft chat minstens wekelijks. Snapchat en WhatsApp maken een duidelijke knik bij deze leeftijdsgroep: in de lagere graden heeft slechts een kwart van de kinderen deze apps al eens gebruikt, in de derde graad gebruikt al bijna de helft van de tieners deze apps minstens af en toe.

“Iedereen had Snapchat en ik kon dat niet omdat ik geen gsm had, dus ik heb gesmeekt voor een gsm zodat ik zoals de rest ook op Snapchat kon.”

 Larissa, 11 jaar

Toch zijn er ook nog een groot aantal activiteiten en apps die tieners duidelijk **nog niet massaal** gebruiken: ze gebruiken **TikTok** en **Instagram** opvallend minder. Ze maken dus zeker niet allemaal gebruik van “echte” sociale media apps. Dit zagen we ook bij de activiteiten: tieners gaan nog niet massaal op sociale media liken en reageren, spraakberichten sturen en telefoneren. Dit is een lichte verschuiving ten opzichte van 2022, toen de cijfers voor de derde graad lager onderwijs veel meer leken op die uit de eerste graad secundair nu.

We zien hiervoor een aantal mogelijke verklaringen:

- Ten opzichte van 2022 controleren¹³ apps veel vaker en strikter of hun gebruikers effectief 13 jaar zijn, zoals wettelijk bepaald. Dit heeft mogelijk een effect op de gerapporteerde gebruikscijfers.

“Ik had eens één keer TikTok gedownload en die vroeg zo van alle dingen dus ik heb dat maar verwijderd”

 Sofia, 9 jaar

“Eén keer wou ik Discord installeren maar ik wist niet dat je daar dertien jaar voor moest zijn dus ik gaf mijn echte leeftijd. Bij Snapchat kan je dat nog altijd veranderen en invullen waardoor je er toch wel in kan. Maar bij Discord gaat dat niet want dan word je eruit gekickt totdat je dertien jaar bent.”

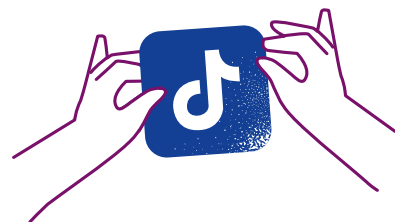
 Isa, 10 jaar

- Tieners gaan (al dan niet mede door de strengere controle op officiële leeftijd) in vergelijking met twee jaar geleden vaker op zoek naar **alternatieven** voor sociaal contact, zonder sociale media. We hoorden in de interviews meermaals dat tieners bij het thuiskomen apps als Google Meet of de chatfunctie van een game opzetten om zo een hele avond met elkaar in gesprek te gaan en/of te chatten. Daarnaast kijken ze TikTok-filmpjes via YouTube of de browser.

Ik kijk YouTubers die TikTok kijken, dus ik heb een soort van TikTok.”

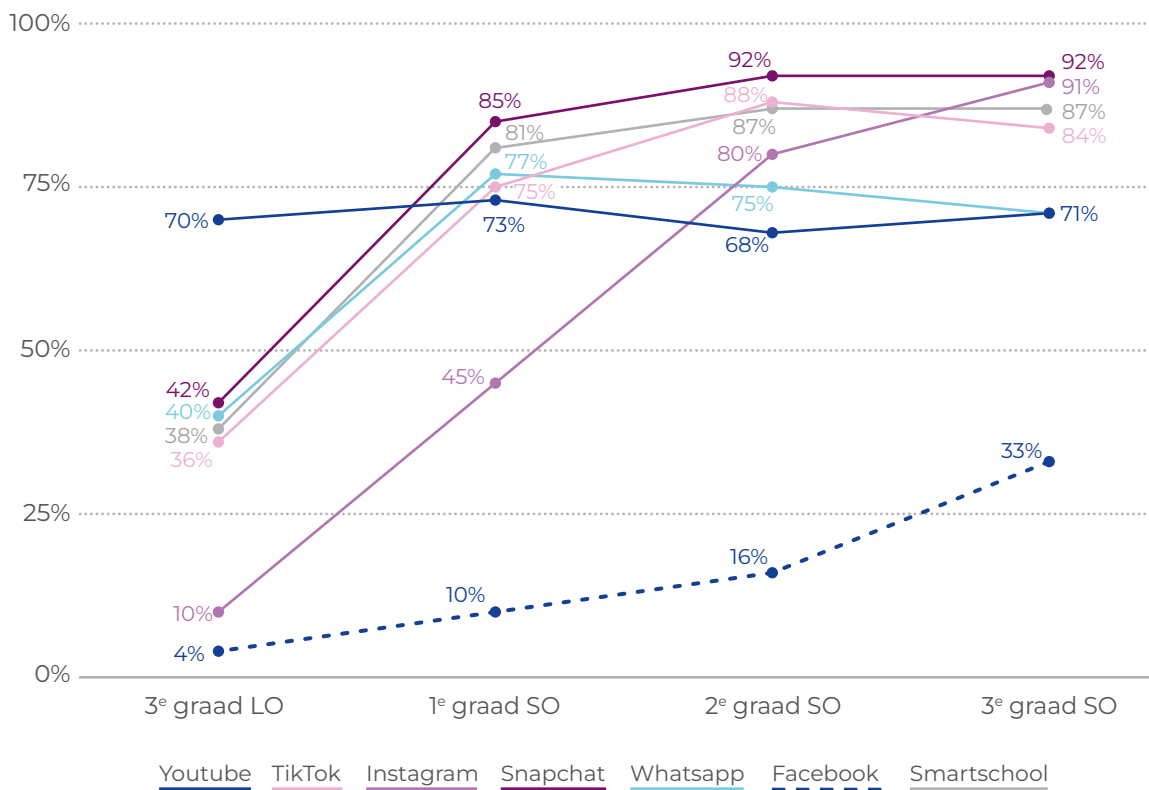
 Mil, 9 jaar

- Ouders rapporteren in de MediaNest-cijfers 2023 (post-corona)¹⁴ reeds **meer betrokken** te zijn bij de **mediaopvoeding** van hun kinderen. Ze staan niet alleen vaker stil bij de toestellen, activiteiten en apps, maar ook bij de afspraken die thuis gelden. Ook dit kan een impact hebben op het wekelijkse appgebruik van de tieners.
- En/of misschien vinden de tieners het - na de coronaperiode - zelf opnieuw **tijd om bewuster om te gaan** met media na een tijd waarin alle remmen werden losgegooid? Of door corona was er gewoon niets anders te doen en waren er geen andere mogelijkheden om met anderen in contact te staan en nu wel terug (gelukkig!).



¹³ Mee door de invoering van nieuwe regelgeving zoals de Europese Digital Services Act, waarin grote platformen extra voorwaarden opgelegd krijgen in het kader van de bescherming van minderjarige gebruikers (onder andere art. 34 en 35).

¹⁴ Ouders rapporteren in de MediaNest-cijfers 2023 meer afspraken te maken en meer (in vergelijking met het onderzoek in 2021) op zoek te gaan naar antwoorden op hun vragen rond het mediagebruik van hun kroost.



Grafiek 16: Tijdslijn van minstens wekelijks gebruik voor de belangrijkste apps, uitgesplitst over graad (N=4.453).

De snelle doorbraak van genAI

Net als in imec.digimeter 2023 zien we dat **generatieve AI**-toepassingen ook bij jongeren zijn binnengekomen met een **zelden geziene snelheid**. 66% van de tieners en jongeren in het gewoon onderwijs en 48% van de tieners en jongeren in het buitengewoon onderwijs heeft al eens gebruik gemaakt van AI-toepassingen (respectievelijk 13% en 18% weet het niet heel zeker).

ChatGPT heeft de visibiliteit van AI vergroot bij een breed publiek, waardoor het gebruik enorm is toegenomen. Wanneer tieners en jongeren genAI gebruiken, doen ze dat:

- om een **antwoord** te krijgen op **vragen** die ze hebben (73%)
- om **dingen uit te proberen** (dus wel grote nieuwsgierigheid bij jongeren) (55%)
- als **hulp** bij **huiswerk** (45%)
- om **nieuwe ideeën** of inspiratie op te doen (37%)

- om te **chatten** of te **praten** met een virtuele vriend/computerprogramma (20%)

Tegelijk zijn ze zich wel bewust van de limieten of de valkuilen, zo blijkt uit de interviews:

"AI is zo fake! Die zegt altijd fake dingen. Ik heb het ooit op school gebruikt om een toets mee te maken, maar dat werkte voor geen kloot. Die maakt zinnen die niet eens bestaan."

Lucas, 16 jaar

"Siri is ook AI en als kind had ik daar echt schrik van! Nu weet ik dat het gewoon een robot is."

Arne, 12 jaar

"Op Snapchat is er zo een robot, 'maai aai' (my AI) en die helpt vaak met wiskunde of zoiets. Da's wel ambetant dat die allemaal vragen stelt enzo."

Mina, 12 jaar

Games

Games spelen is en blijft een **belangrijke activiteit** voor zowel kinderen als jongeren (zie tabel 1 en 2 op pagina 19-20), nog meer bij kinderen en jongeren uit het buitengewoon onderwijs. Uit het onderzoek blijkt dat veel van hen **graag games spelen in gezelschap**, zowel online als offline. Enkele opvallende weetjes over onze games spelende tieners en jongeren:

- 48% spreekt (minstens) maandelijks af om samen te **spelen/gamen**
- 44% **kijkt** (minstens) maandelijks naar **een video van iemand die gamet**
- 14% volgt (minstens) maandelijks **eSports**

47% van de kinderen en 68% van de tieners en jongeren spelen samen **met vrienden**. Daarnaast geniet een aanzienlijk aantal van **solo games spelen**, met respectievelijk 71% van de kinderen en 52% van de tieners en jongeren die vaak alleen spelen. **Familieleden** worden ook vaak uitgenodigd om mee te doen, met 53% van de kinderen en 36% van de tieners en jongeren die af en toe familieleden laten deelnemen. Games spelen met mensen die ze **niet in het echt kennen** is **minder populair**, 23% van de kinderen en 19% van de tieners en jongeren geeft aan dit te doen.

"Ik speel Roblox met mijn vriendinnen, heel weinig met onbekende mensen. Ik ken ze meestal in het echt."

 Valerie, 9 jaar

(dagbegeleiding en contextbegeleiding)

Welke games spelen kinderen en jongeren het liefste? We merken dat het onmogelijk is om hier een definitieve lijst van te maken. Welke spelletjes ze spelen hangt sterk af van actualiteit, context en de interesses van hun klasgenoten of vrienden. Zo zien we dat binnen dezelfde klas vaak dezelfde spelletjes veel gespeeld worden, maar in een andere klas kunnen dit dan weer heel andere games zijn.

Uit de antwoorden in het kwantitatief onderzoek vallen onder andere **Fortnite, Call of Duty, FIFA, Grand Theft Auto, Need for Speed** en **Apex Legends** op, waarbij 43% aangeeft een of meer van deze games te spelen. Oudere jongeren zijn telkens minder geneigd een van deze games te spelen. In de open vragen en klasgesprekken in de lagere school springen er nog een aantal andere titels, zoals **Brawl Stars, Rocket League** en **Roblox** uit.



Mediaopvoeding

AFSPRAKEN THUIS

Kinderen: schermtijd boven

Schermtijd blijft het belangrijkste onderwerp waarover kinderen thuis regels hebben. De **helft van de gezinnen** heeft regels of afspraken over hoe lang ze op een scherm mogen en wanneer ze dat mogen doen.¹⁵ Logisch, omdat het vaak ook gaat over kinderen die nog geen eigen toestel hebben en dus vaak het **gezinstoestel** even moeten lenen. Net als in vorige editie zien we dat ouders (MediaNest Cijfers 2023) veel vaker aangeven dat er thuis afspraken zijn dan dat kinderen, tieners en jongeren dit doen.

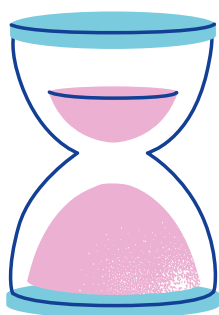
Ouders maken veel vaker afspraken met hun kinderen over de **omstandigheden** waarin ze schermen mogen gebruiken (hoe lang, wanneer en waar) dan over de

inhoud van hun schermgebruik (welke apps of games ze mogen gebruiken, welke foto's of filmpjes ze mogen bekijken). Er blijft dus nog marge om de afspraken en gesprekken thuis meer in te gaan op **schermkwaliteit** dan op **schermtijd**. In klasgesprekken en interviews geven kinderen zelf aan dat ze regels die alleen op wanneer en hoe lang gefocust zijn, minder leuk vinden:

“Elke keer als ik wil stoppen dan zit ik zo in mijn spelletje op Fortnite en dan moet ik altijd stoppen en dat vind ik niet leuk. Bij mijn papa mag ik dat meestal nog uitspelen, maar mijn mama zegt altijd stop.”

 Lucas, 16 jaar

Hoe lang ik schermen mag gebruiken



55%

2022: 53%

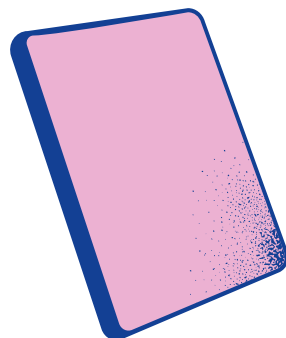
Wanneer ik schermen mag gebruiken



48%

2022: 45%

Welke apps of games ik gebruik



43%

2022: 37%

Grafiek 17: Top-3 van onderwerpen waarover kinderen afspraken hebben thuis (N=1.029).

¹⁵ We hebben hierover alle kinderen in de steekproef bevraagd, dus ook kinderen die niet of nauwelijks gebruik maken van toestellen. Voor jonge kinderen zien we bovendien vaak dat bepaalde afspraken nog niet relevant zijn: kinderen die alleen filmpjes kijken op een tablet zullen geen afspraken maken met hun ouders rond chatten.

Dezelfde gesprekken leren ons trouwens ook dat er nog steeds een groot verschil is tussen wat ouders denken dat ze afgesproken hebben met hun kinderen, en wat kinderen effectief uitspoken op schermen.

“Ik mag nooit YouTube kijken, maar ik doe dat stiekem.”

 Roel, 6 jaar

“Soms pik ik de gsm van mijn ouders om vlug een spelletje te spelen of om dingen op te zoeken waar ik echt geïnteresseerd in ben.”

 Liam, 9 jaar

“Ik hou soms stiekem mijn horloge aan en als het dan nacht is, en ik kan echt niet slapen, dan speel ik stiekem spelletjes.”

 Loes, 9 jaar

“Ik doe dat gewoon stiekem terwijl dat niet mag. Dan pak ik stilletjes de tablet mee naar boven, want ik weet de code. Die weten dat niet, want die zijn met mijn zus bezig. Boven ga ik dingetjes van YouTube kijken of gamen.”

 Ella, 9 jaar

In vergelijking met de vorige editie zien we dat er over dezelfde onderwerpen en in dezelfde mate afspraken gemaakt worden als toen. De groep kinderen die mogen doen wat ze willen op schermen lijkt gelijk gebleven: 13% (tegenover 11% in 2022) geeft aan dat ze geen afspraken hebben over mediagebruik thuis en mogen doen wat ze willen op schermen. Kinderen uit het buitengewoon onderwijs of met een hoge deprivatiescore gaven vaker dit antwoord.

Tieners en jongeren: geleidelijk loslaten

In de **derde graad lager** onderwijs **pieken de afspraken** over mediagebruik.¹⁶ Dit valt samen met de leeftijd waarop het mediagebruik ook een hoge vlucht begint te nemen: ze gebruiken meer toestellen, gebruiken die intensiever en hebben in grote mate ook hun eigen, geconnecteerde smartphone. Meer dan de helft van de tieners in het vijfde en zesde leerjaar heeft met hun ouders afspraken over schermtijd (55%), wanneer ze schermen mogen gebruiken (57%) en welke apps ze downloaden (51%). Ook **afspraken over de inhoud** van wat ze mogen bekijken (42%), wat ze over zichzelf delen (43%) en met wie ze mogen chatten of praten (41%) scoren vrij hoog. Het aantal kinderen dat helemaal **geen afspraken** heeft over mediagebruik is het laagst in deze leeftijdscategorie (9%).

“Ik moet altijd eerst mijn huiswerk maken en dan als ik op de gsm ofzo wil, dan moet ik dat eerst vragen. En als ze zeggen “het is genoeg”, dan moet ik er gewoon af.”

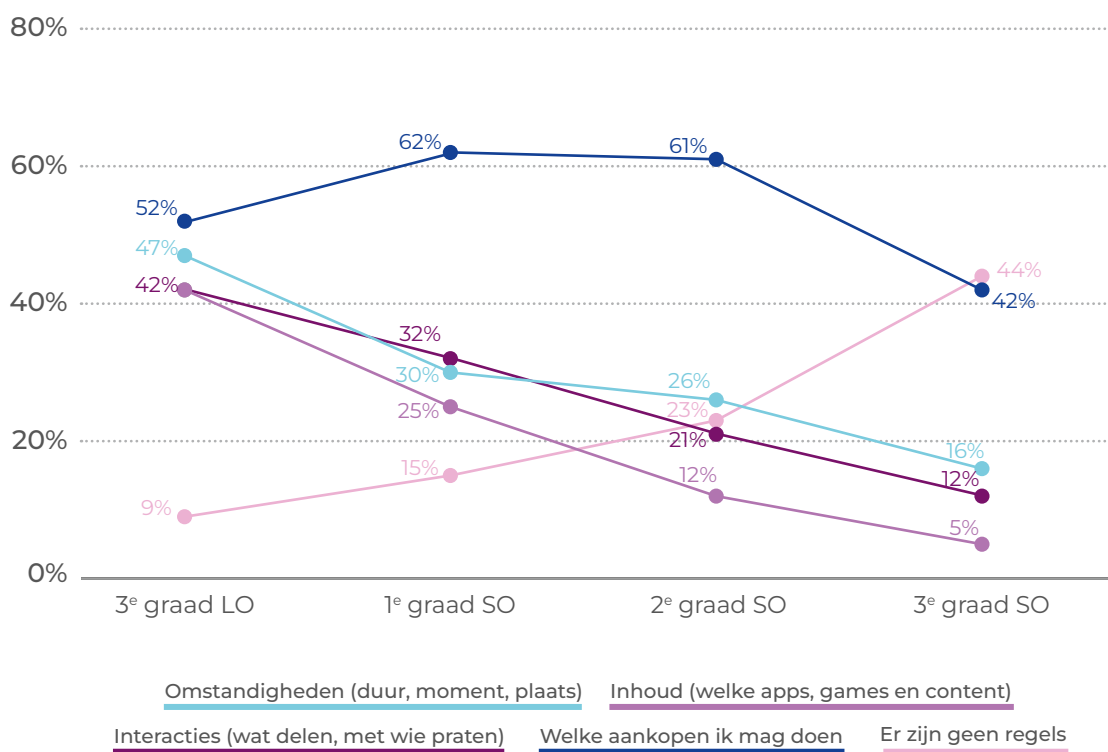
 Nelle, 11 jaar

“Ik mag eigenlijk wel alles, maar mijn papa kan dat wel zo regelen dat ik moet stoppen dat die dat automatisch afzet. Ik kan ook geen geld kopen in games, dat moet ik wel vragen, of zo dingen downloaden die niet op de playstore staan dat moet ik ook vragen.”

 Iljan, 11 jaar

Jongeren in het secundair onderwijs maken **naarmate ze ouder worden steeds minder afspraken** met hun ouders over schermgebruik. De groep die helemaal geen regels heeft thuis stijgt van 9% in de derde graad lager onderwijs, tot 44% in de derde graad secundair. Eén onderwerp steekt er wel bovenuit: de meeste jongeren (tot en met de tweede graad) hebben met hun ouders wel afspraken gemaakt over welke **online aankopen** ze mogen doen.





Grafiek 18: Thema's waarover tieners en jongeren met hun ouders afspraken maken, uitgesplitst volgens graad (N= 4.453).

Ten opzichte van de vorige editie zien we een **lichte afname rond deze afspraken** in bijna alle cijfers. Jongeren lijken nu dus minder afspraken te hebben met hun ouders dan in 2022, al zijn de verschillen (en de onderlinge verhoudingen tussen de verschillende thema's) niet zo groot. Wat wel opnieuw opvalt: jongeren met een **hoge deprivatiescore** én jongeren uit het **buiten-**

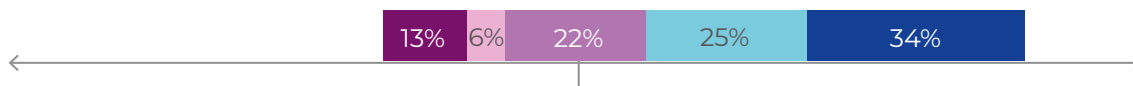
gewoon onderwijs maken minder afspraken. We zien bovendien ook verschillen tussen de **opleidingstypes**: de hoeveelheid afspraken ligt het hoogst bij jongeren in A-stroom en doorstroomfinaliteit (ASO), iets lager bij jongeren uit de gemengde finaliteit (TSO/KSO) en het laagst bij jongeren uit de B-stroom en arbeidsmarktfinaliteit (BSO).

Goede afspraken, goede vrienden

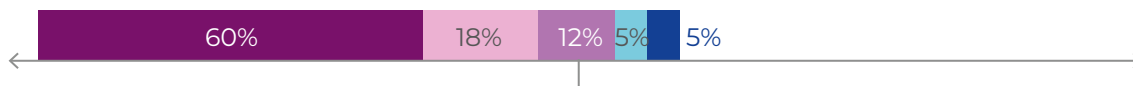
72% van de tieners en jongeren **volgen ook meestal de afspraken** die er thuis zijn over mediagebruik. Een kleine groep van 2% geeft aan dat nooit te doen, de rest doet het soms of heeft geen afspraken thuis. Hoe jonger ze zijn, hoe vaker er **consequenties** verbonden worden aan het niet volgen van afspraken: in de derde graad lager onderwijs geeft 45% van de tieners aan dat ze soms of vaak **minder schermtijd krijgen** als ze zich niet aan de regels gehouden hebben.¹⁷

Voor jongeren uit de laatste graad secundair onderwijs is dat nog maar voor 17% het geval. Ook hier zien we een verschil bij tieners en jongeren uit het buitengewoon onderwijs: hoewel ze minder afspraken gemaakt hebben, geven ze iets vaker aan de regels nooit of maar soms te volgen en krijgen ze ook iets vaker (50%) minder schermtijd aangesmeerd bij het niet nakomen van afspraken.

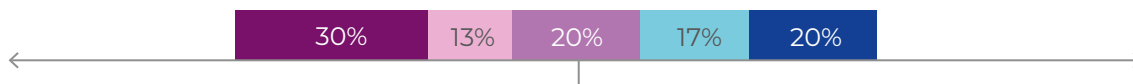
Het is goed dat er regels zijn over mediagebruik



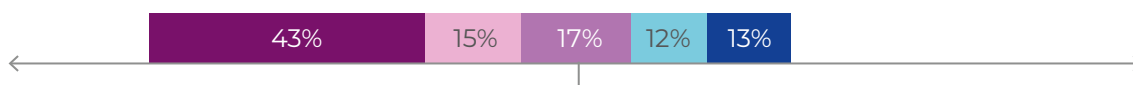
De regels thuis zijn té streng



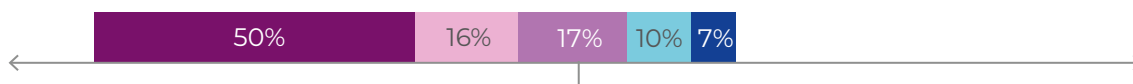
Thuis beslissen ik en mijn ouders samen wat de regels zijn



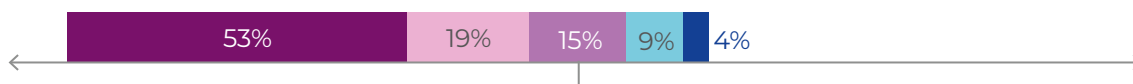
Ik heb het gevoel dat mijn ouders de regels zelf niet volgen



Ik vind altijd manieren om de regels te omzeilen



Het gebruik van schermen zorgt vaak voor ruzie met mijn ouders



Niet akkoord Eerder niet akkoord Noch akkoord, noch niet akkoord Eerder akkoord Akkoord

Grafiek 19: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen over mediaopvoeding (N=3.416).¹⁸

¹⁷ Ouders geven in MediaNest Cijfers 2023 aan dat ze eerder in gesprek gaan na een overtreding, eerder dan consequenties en straffen.

¹⁸ Enkel tieners en jongeren die thuis afspraken hebben, kregen deze stellingen te zien.

Tieners en jongeren zijn over het algemeen **best tevreden** over de afspraken die ze met hun ouders maken rond schermgebruik. Bijna 8 op 10 gaat (eerder) niet akkoord met de stelling dat de regels thuis te streng zijn. Bij 7 op 10 tieners en jongeren is er ook geen of niet vaak ruzie over gebruik van schermen. 6 op 10 gaat (eerder) akkoord met de stelling dat het goed is dat er thuis regels bestaan over schermgebruik. Kortom: de meerderheid van de jongeren ziet het **nut van afspraken** in, vindt die afspraken **niet te streng** en maakt **geen ruzie** over schermgebruik. Bovendien: hoe jonger ze zijn, hoe meer ze hiermee akkoord gaan.

“Vroeger hadden mijn ouders wel regels voor ons wanneer we op onze gsm zaten, maar toen merkten ze dat die niet werkten. Daarna zijn ze van aanpak veranderd. Op dagen dat ik dan op mijn gsm zit tot keilaat in de avond en dat ik daarna slecht kan opstaan, zeggen mijn ouders dat het mijn eigen schuld is en dat ik daar zelf bewust om moet worden.”

e Anabelle, 15 jaar

“Regels of limieten zijn eigenlijk wel goed, want soms doen mijn ogen wel pijn maar lukt het niet om mijn scherm weg te leggen vanzelf.”

e Jolien, 9 jaar

Vragen of problemen met de regels ontstaan vooral wanneer er in verschillende contexten of **omstandigheden andere regels** worden gehanteerd: thuis versus school, bij papa vs bij mama (bij gescheiden ouders), thuis vs leefgroep...

“Ik vind het soms wel oneerlijk. Ik ben de enige 14-jarige die hier blijft in het weekend. Dan vind ik het soms oneerlijk als ik hier iedereen op zijn gsm zie en ik er niet op mag.”

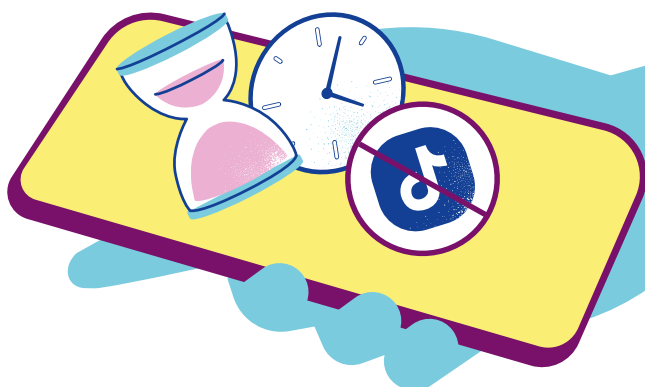
e David, 14 jaar

“Mijn ouders bepalen mijn schermtijd samen met de begeleiders en mijn ouders zijn echt streng. In de leefgroep mag ik ook maar 1 uur per dag op mijn gsm zitten, mijn ouders hebben dat afgesproken. Maar thuis mag ik wel echt langer op mijn gsm zitten, dat is toch gek?”

e Arne, 13 jaar

“Bij mijn papa heb ik schermtijd, bij mama niet.”

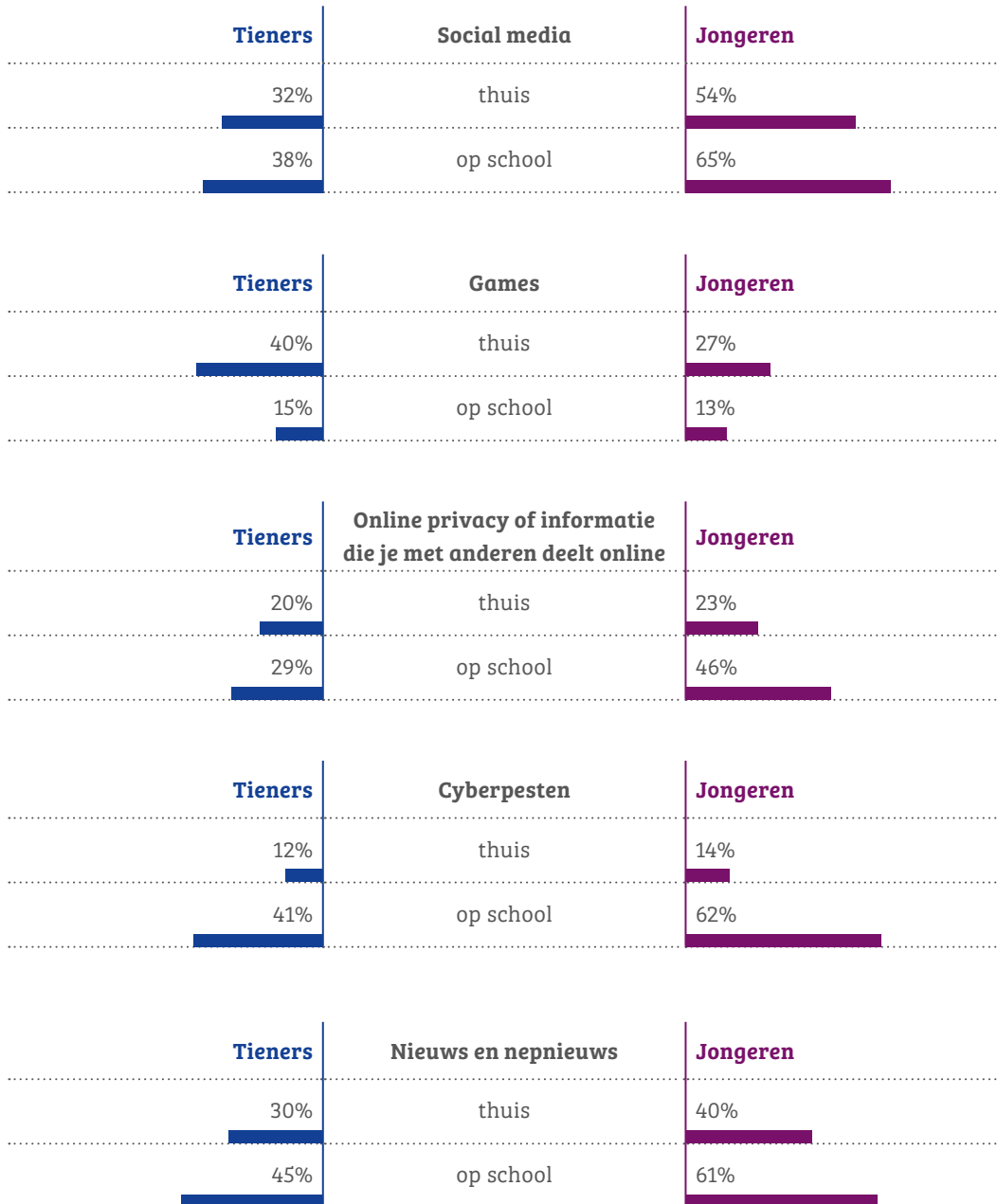
e Wout, 8 jaar

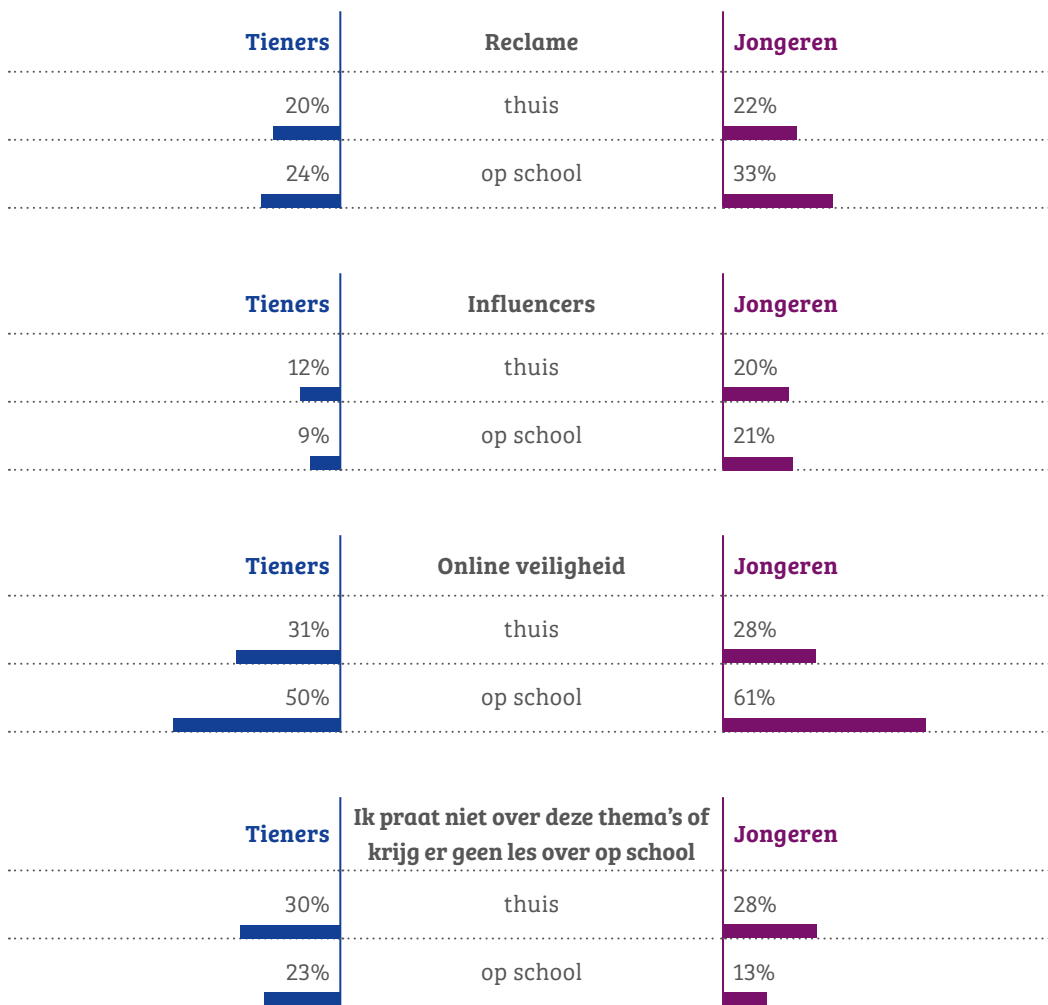


PRATEN OVER MEDIA, THUIS EN OP SCHOOL

Los van afspraken, regels en eventuele straffen, zijn we natuurlijk ook benieuwd naar de gesprekken die tieners en jongeren voeren over media. Wat daarbij meteen opvalt: dat gebeurt **meer op school** dan thuis en **meer bij jongeren** dan bij de tieners uit de derde

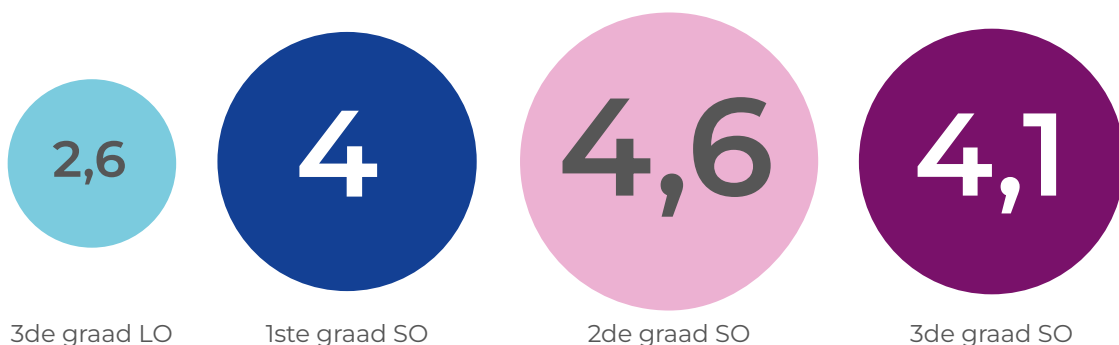
graad lager onderwijs. Twee uitzonderingen springen in het oog: over schermtijd en games wordt meer thuis gepraat, kinderen hebben het ook vaker met hun ouders over games dan jongeren. Wellicht omdat ze hier thuis vaak over moeten onderhandelen?





Tabel 4: Thema's waarover er thuis wordt gepraat en op school wordt lesgegeven bij tieners (N=976) en jongeren (N=3.457).





Grafiek 20: Gemiddeld aantal thema's (op 10) waarover tieners en jongeren les krijgen op school (N=4.399).

In vergelijking met 2022 zien we dat het **dezelfde thema's** zijn die op school veel aandacht krijgen: sociale media, cybersecurity, nieuws, privacy en pesten. Ook gelijklopend met vorige editie: in het **lager onderwijs** is er heel wat **minder aandacht** voor al deze thema's dan in het secundair onderwijs. Het aantal thema's waarover jongeren les krijgen, lijkt te pieken in de tweede graad secundair. Als je ziet hoe groot de transitie in de derde graad lager onderwijs en de eerste graad secundair is (meer toestellen, meer gebruik van sociale media), dan blijft dit heel jammer. **Vroeger beginnen** met mediawijsheid op school blijft de boodschap.

Tussen de onderwijstypes zijn er grote verschillen. Goed nieuws: de aandacht voor deze thema's ligt **hoger in het buitengewoon onderwijs**. Leerlingen die daar school lopen, ervaren dat er meer lesgegeven wordt over sociale media, games, schermtijd en reclame. Aangezien zij (als kind dan) vaak ook meer en intensiever gebruikmaken van sociale media en games is dit een **goede zaak**. Als we kijken naar de verschillen tussen de onderwijsniveaus, valt op dat jongeren uit de **B-stroom** (3,4) en **gemengde finaliteit** (TSO, 3,9) minder ervaren dat ze les krijgen over mediagebruik en mediawijsheid dan jongeren uit respectievelijk de A-stroom (4,1) en de andere finaliteiten (ASO, 4,8/BSO, 4,5).

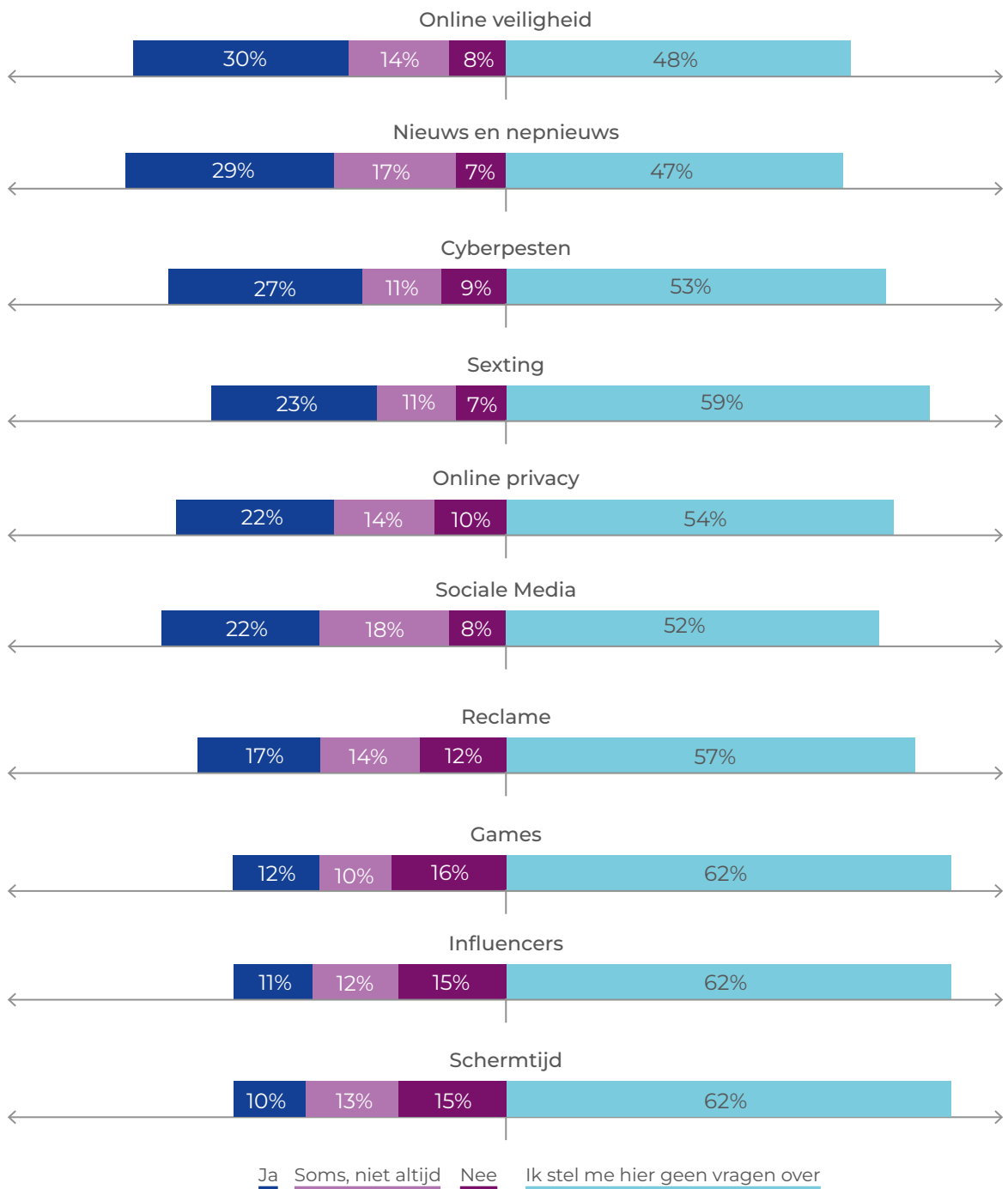
Krijgen tieners en jongeren op school ook een **antwoord op hun vragen** rond mediagebruik, of blijven

ze even op hun honger zitten? We krijgen een **gemengd beeld**: voor thema's als online veiligheid, nepnieuws, cyberpesten, sexting, privacy en sociale media kreeg 20 à 30% van de jongeren een antwoord op vragen waar ze mee zitten, een kleine 10% niet. Dit zijn wellicht niet toevallig ook de thema's die het meeste aan bod komen op school. Voor andere thema's (reclame, games, influencers en schermtijd) krijgt een iets grotere groep **geen antwoord**. Dit zijn de thema's waar ook vaker thuis dan op school over gepraat wordt. Tieners en jongeren uit het **buitengewoon onderwijs** lijken zich meer vragen te stellen over deze thema's, maar zijn ook **vaker tevreden** met het antwoord dat ze krijgen.

"Dat niets echt van het internet kan verdwijnen heb ik ondertussen al zo vaak gehoord. Als ze daar nu nog mee afkomen dan luister ik zelf niet meer, dan haak ik af"

Mirthe, 15 jaar

Wat opvalt is dat er bij elk thema een grote groep jongeren is die zich **geen vragen** stelt. Is dat zo omdat het ook gewoon weinig of niet op school aan bod kwam? Dat leerlingen in het buitengewoon onderwijs meer les krijgen over media en zich ook meer vragen stellen, lijkt dat te suggereren. Misschien moeten we dus **beter luisteren** naar jongeren om te weten over welke thema's ze zich dan wel vragen stellen en hoe we daar zinvol op kunnen inspelen.



Grafiek 21: Op welke vragen krijgen tieners en jongeren een antwoord op school (N=4.453) .¹⁹

¹⁹ Sexting is als thema niet bevraagd in het lager onderwijs (tieners), de cijfers zijn dus enkel van toepassing voor het secundair onderwijs (jongeren, N=3.443).

Omgang en attitudes

NIEUWS

Kinderen kijken Karrewiet

De belangrijkste bron van nieuws voor kinderen? Karrewiet natuurlijk! In de tweede graad lager onderwijs kijkt maar liefst 74% van hen afgelopen week naar dit programma. Daarmee blijft het nieuwsprogramma van de VRT heel hoog scoren (in 2022 zagen we gelijkaardige cijfers. Dat was toen een forse stijging ten opzichte van 2020).

"Ik vind het leuk om naar Karrewiet te kijken, maar niet naar het nieuws van volwassenen want dat is zo saai. Karrewiet is dan wel zo iets voor kinderen en dat is wel leuk."

 Lauren, 11 jaar

Ik keek naar Karrewiet	67%
Ik luisterde naar het nieuws op de radio	36%
Ik keek naar ander tv-nieuws	31%
Ik zag online nieuws	21%
Ik las de krant	10%
Ik heb deze week geen nieuws gezien	18%

Tabel 5: Hoe hebben kinderen de afgelopen week het nieuws gevolgd (N=1.029)?

Interesse in nieuws

Met Karrewiet hebben lagere schoolkinderen een nieuwsprogramma op hun maat, en dat vertaalt zich ook in de hoge interesse die ze tonen voor nieuws. Ook bij tieners en jongeren blijft er een **gezonde interesse in nieuws**: slechts een kwart is niet (erg) geïnteresseerd, tegenover **71%** die zeggen een beetje, erg of extreem **geïnteresseerd** te zijn in nieuws.

"In de klas bespreken we de oorlog ook af en toe. We kijken soms ook samen naar Karrewiet."

 Elias, 12 jaar

Ze geven ook vaak aan iets uit Karrewiet te leren:

"Ik zag op Karrewiet dat je uit de game gezet kan worden, als je scheldt in games."

 Louka, 9 jaar

"Ik heb één keer gehoord van ChatGPT op Karrewiet."

 Mina, 12 jaar



"Ik ben wel geïnteresseerd in nieuws, maar ben er niet elke seconde mee bezig. Ik kijk altijd wel als ik het tegenkom. Maar ik ga niet het hele journaal kijken of een hele krant lezen. Gewoon korte dingen, bijvoorbeeld nws..nws.nws kost niet te veel tijd. Ik wil daar niet zoveel tijd in steken, maar ik wil het wel weten."

 Margaux, 13 jaar

Smartphone belangrijkste nieuwsmedium

Kranten en tijdschriften op papier zijn voor tieners en jongeren overduidelijk het **minst belangrijke** medium voor nieuws. De **smartphone is het populairst**: bijna de helft (48%) gebruikt dit toestel dagelijks of meerdere keren per dag om nieuws te checken. 29% van de tieners en jongeren gebruikt hiervoor dagelijks of meerdere keren per dag de **televisie**, de helft doet dat minstens wekelijks. Nieuws is voor bijna de

helft van de tieners en jongeren ook minstens wekelijks een **gespreksonderwerp** om het met anderen over te hebben.

“We komen ook nooit meer in contact met kranten. Vroeger hadden we wel een krant, en dan bladerde ik daarin. Maar omdat niemand dat thuis gebruikte hebben m’n ouders dat weggedaan.”

Lise, 15 jaar

	nooit	minstens wekelijks
Smartphone	16%	64%
Televisietoestel	17%	52%
Gesprekken met anderen	15%	48%
Radio	23%	43%
Computer	40%	30%
Papier (krant, tijdschrift)	74%	6%

Tabel 6: Hoe vaak blijven tieners en jongeren op de hoogte van nieuws via verschillende media (N=2.216)?

Nieuws via sociale media

Nu we weten dat de smartphone voor jongeren het belangrijkste toestel is om op de hoogte te blijven van nieuws, hoeft het misschien niet te verbazen dat **sociale media** het **belangrijkste kanaal** zijn om dat te

doen. Nog meer dan in 2022 (toen gaf 52% van de jongeren aan nieuws via social media te volgen), en veel meer dan alle andere bevraagde kanalen.

	nooit	minstens wekelijks
Sociale media	13%	70%
Notifications	46%	30%
Zoekmachine	40%	28%
Nieuwsapp	56%	16%
Nieuwswebsite	50%	17%
Streaming platform	66%	11%
Nieuws-aggregator app	70%	9%
Podcast	76%	6%
Nieuwsbrief	77%	6%

Tabel 7: Belangrijkste kanalen voor jongeren om nieuws te volgen (N=1.734).²⁰

²⁰ Deze vraag werd enkel gesteld aan jongeren uit het secundair onderwijs

TikTok en Instagram zijn de populairste platformen om nieuws te volgen via sociale media²¹. Terwijl **YouTube** voor tieners met voorsprong het belangrijkste sociale mediakanaal is waarmee ze nieuws volgen (71%), neemt het bij de jongeren af aan belang (35%). Als **X** (vroeger Twitter) gebruikt wordt, lijkt het voor nieuws te zijn: slechts 7% van de jongeren gebruikt dit platform wekelijks, maar 10% van de jongeren gebruikt het weleens om op de hoogte te zijn van nieuws.

“Soms wil ik echt iets weten en dan zoek ik dat op op TikTok en dan kom ik echt op goeie antwoorden. Dat is veel makkelijker dan in lange artikels ofzo.”

e Daisy, 16 jaar

“Bij TikTok scroll je als je wil weten wat er achter zit. Dat is ook maar een minuut. Dat is makkelijker dan bij de krant ofzo.”

e Saartje, 11 jaar

Instagram	76%
TikTok	71%
YouTube	35%
Snapchat	29%
Facebook	20%
X (eerder Twitter)	10%
Pinterest	8%

Tabel 8: Welke socialemediaplatformen gebruiken jongeren voor nieuws (N=1.500)?²²



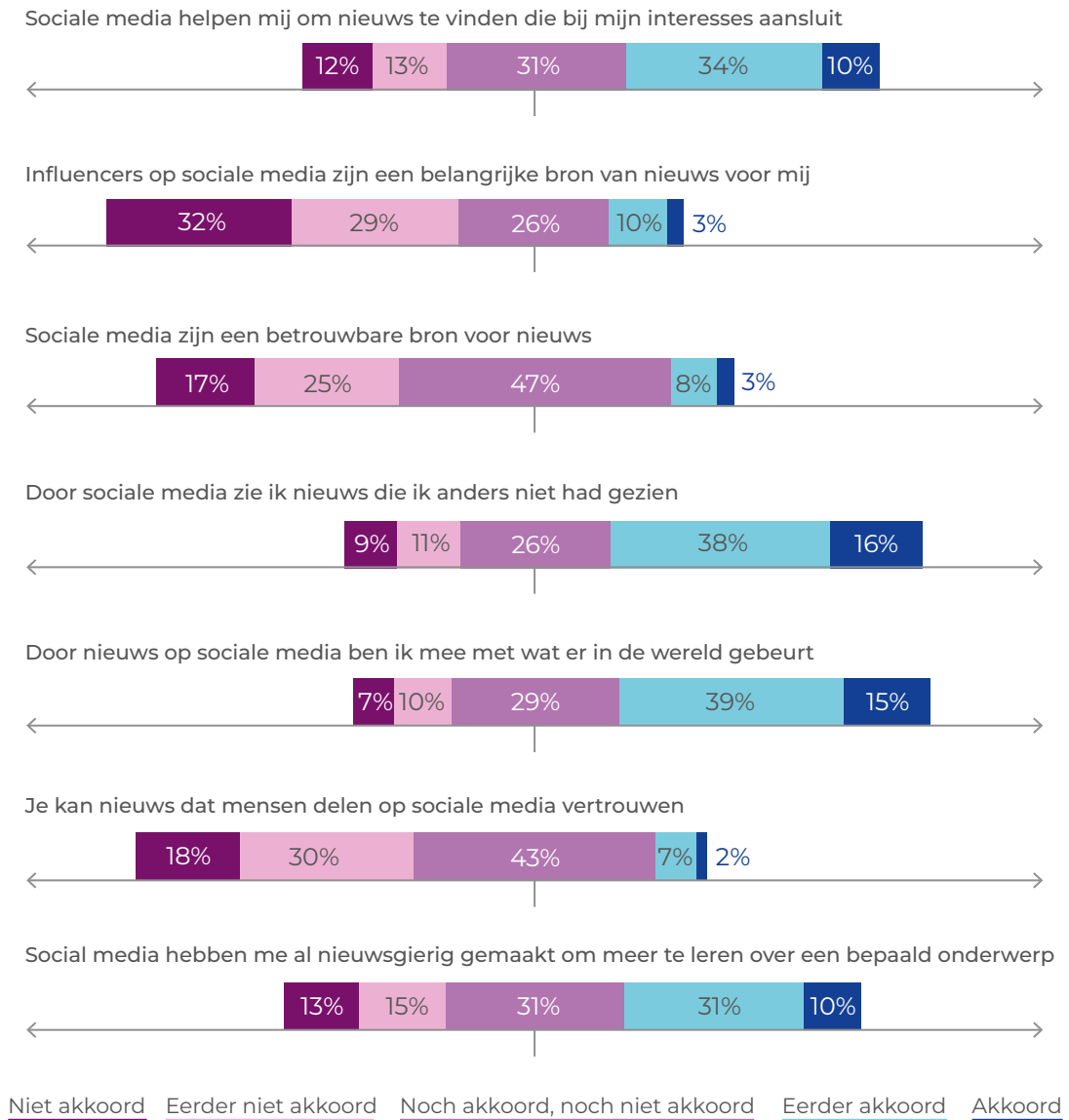
²¹ Gelijkaardige resultaten kunnen we terugvinden in de Nieuwsbarometer (2023), een tweejaarlijkse bevraging van Artevelde naar het nieuwsgebruik en de nieuwswijsheid van Vlaamse tieners en jongeren van 12 tot 26 jaar in kaart. www.arteveldehogeschool.be/nl/onderzoek-en-samenwerking/onderzoek/communicatie-media-design/jongeren-en-desinformatie#barometer

²² Deze vraag werd getoond aan de jongeren uit het secundair onderwijs die eerder aangeven sociale media te gebruiken om het nieuws te volgen.

Een kritische, maar positieve houding

Wat maakt nieuws op sociale media zo aantrekkelijk? Sociale media maakt hen **nieuwsgierig** om meer te leren over bepaalde onderwerpen en helpt hen om nieuws te vinden dat bij hun **interesse aansluit**. Bovendien houdt het hen **op de hoogte** van wat er in de

wereld gebeurt, anders zouden ze het wellicht gemist hebben. Tegelijk zijn ze zich ook bewust van de **valkuilen** van nieuws via sociale media: slechts een heel kleine groep (11%) gaat (eerder) akkoord dat dit een **betrouwbare nieuwsbron** is.



Grafiek 22: Antwoorden van jongeren op stellingen over nieuws op sociale media (N=1.510)²³

²³ Deze vraag werd enkel gesteld aan jongeren uit het secundair onderwijs die eerder aangeven nieuws te volgen via sociale media.

Nieuws via sociale media is voor een groot deel **incidenteel**. Opvallend: ze zien vooral nieuws omdat hun vrienden of familie dit delen. Al volgt bijna de helft van de jongeren ook wel bewust grote Vlaamse **nieuwsmerken** zoals nws.nws.nws. Influencers en bekende personen lijken ook wel een groot aandeel tieners te bereiken met hun nieuws.

“Ik denk dat bijna elke tiener nws.nws.nws volgt.”

 Dalia, 16 jaar

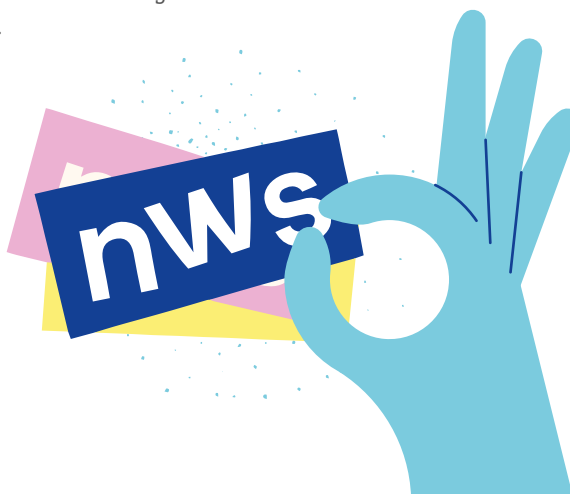
Ik zie nieuws gedeeld door vrienden of familie	54%
Ik volg nieuwsmerken (zoals nws.nws.nws, Sporza of HLN)	53%
Ik zie nieuws gedeeld door bekende personen	40%
Ik zie nieuws gedeeld door influencers	40%
Ik volg pagina's van specifieke programma's (zoals De Ideale Wereld)	21%
Ik zie nieuws gedeeld door mensen die ik niet ken	20%
Weet ik niet	12%
Ik volg specifieke journalisten	12%
Ik volg pagina's van kleinere of alternatieve nieuwsmedia	5%

Tabel 9: Hoe komen jongeren nieuws tegen op sociale media (N=1.501)?²⁴

Jongeren die het nieuws volgen, lijken hiervoor vooral **intrinsieke motivaties** te hebben. Ze vinden het belangrijk, nuttig of hebben er iets aan. Daarnaast speelt ook het **toeval** een rol: ze zien nieuws omdat het gewoon in hun feed komt, tussen andere berichten. Drie kwart van de jongeren geeft aan dat ze meestal nieuws zien omdat dit **naar hen toekomt**, tegenover een kwart dat meestal nieuws **zelf bewust opzoekt**. Slechts een klein deel van de jongeren geeft aan nieuws te volgen omdat het van hen verwacht wordt.

“Ik volg nws.nws.nws op Instagram omdat je dan niet op nieuwssites moet gaan scrollen. Je krijgt dat dan gewoon op je feed. Dat is handig.”

 Jeremy, 16 jaar

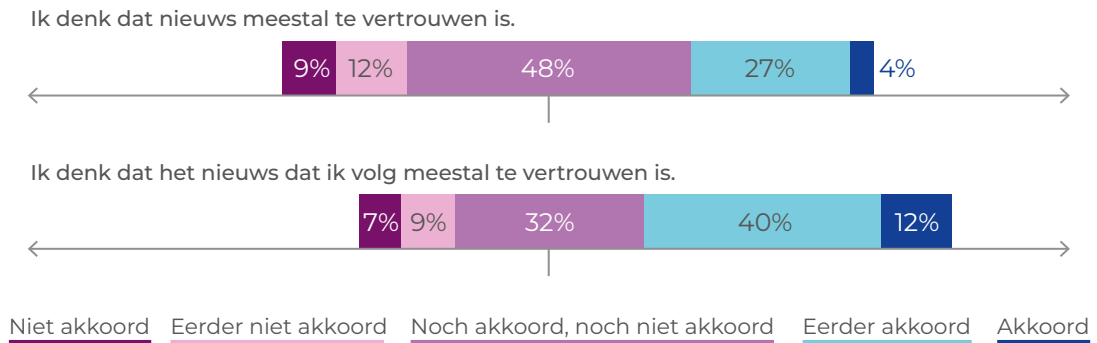


²⁴ Deze vraag werd getoond aan de jongeren uit het secundair onderwijs die eerder aangeven sociale media te gebruiken om het nieuws te volgen.

Mis- en desinformatie

We zagen al dat jongeren (zeggen dat ze) best kritisch kijken naar het nieuws dat ze via sociale media consumeren. In het algemeen is het **vertrouwen in nieuws niet zo groot**: slechts een derde van de jongeren gaat (eerder) akkoord met de stelling dat nieuws meestal

te vertrouwen is. Jongeren hebben wel een stuk **meer vertrouwen in de nieuwsbronnen die ze zelf volgen**: meer dan de helft (52%) gaat (eerder) akkoord met de stelling dat die betrouwbaar zijn. Dat verschil zien we ook bij volwassenen in het Digital News Report (2023).²⁵



Grafiek 23: Antwoorden van jongeren op stellingen over vertrouwen in nieuws (N=1.730).

Bijna de helft van de jongeren en tieners maakt zich zorgen over **misleidende berichten** op sociale media en YouTube. Hoewel ze dus best wel wat vertrouwen hebben in de inhoud die ze zelf zien, zijn ze zich ervan bewust dat er mis- en desinformatie kan circuleren op sociale media. Over misleidende berichten op radio en tv (14%) en in de krant (5%) maken jongeren zich het minste zorgen.

"TikTok heeft het meest interessante nieuws. Dat zijn allemaal mensen van mijn leeftijd dus die leggen dat makkelijker uit dan bijvoorbeeld in de krant. Maar ik vind het nieuws op TikTok wel niet betrouwbaar. Ik ga dat nieuws dan checken op Instagram of op nws.nws.nws. Mensen nemen dat op TikTok echt snel uit de context."

Lise, 15 jaar

72% van de jongeren gebruikt één of meerdere **strategieën** om te beoordelen of nieuws **betrouwbaar** is. Nagaan wie het nieuws publiceerde is de meest ge-

bruikte (55%), naast controleren hoe het nieuws er uit ziet: de schrijfstijl, mogelijke taalfouten of gebruikte afbeeldingen (46%). In mindere mate checken ze wanneer het nieuws is gepubliceerd (32%) of vragen ze de mening van vrienden (31%) of zoekmachines zoals Google (27%). Over de hele lijn zien we dat jongeren in het buitengewoon onderwijs minder dergelijke strategieën gebruiken.

Met **twijfels** en **vragen** over nieuws en nepnieuws kunnen tieners en jongeren voornamelijk bij hun **ouders** terecht (66%). Op **leerkrachten** vallen ze minder vaak terug (29%), terwijl we eerder wel zagen dat de school best wel wat aandacht lijkt te spenderen aan dit thema (57%). Dit geldt dan weer niet voor jongeren in het buitengewoon onderwijs: hoewel zij iets minder les krijgen over nieuws (50%), geven ze vaker aan terecht te kunnen bij hun leerkrachten met vragen hierover (37%).

²⁵ Het Reuters Institute for the Study of Journalism brengt jaarlijks in het Digital News Report de laatste internationale cijfers over nieuwsgebruik uit, waaronder ook Vlaanderen. www.nieuwsgebruik.be

VERKIEZINGEN

Dit thema werd bevroegd vanaf secundair onderwijs.

Krijgen jongeren een half jaar voor de verkiezingen veel content en advertenties van politieke partijen of politici te zien? Hun **interesse** voor politiek ligt in elk geval **laag**: 2 op 3 is niet (erg) geïnteresseerd. Dit geldt ook voor de derde graad secundair, waar de meeste jongeren toch in aanmerking komen/verplicht zijn om te gaan stemmen bij de verkiezingen voor het Europees Parlement. 11% van de jongeren uit die leeftijdscategorie is erg of extreem geïnteresseerd, wat duidelijk meer is dan in de jongere leeftijdscategorieën.

3 op 4 jongeren volgt geen politici of politieke partijen op sociale media. Bij de kleine groep jongeren die wel politieke partijen volgt (13%)²⁶ valt de hoge score van Vlaams Belang meteen op. Let wel: dit gaat over de 13% jongeren die actief partijen of politici volgen, dus in absolute cijfers is dit een klein aantal. Jongens volgen vaker Vlaams Belang, meisjes volgen vaker Vooruit.²⁷ 12% weet niet welke partij ze precies volgen, en 11% volgt geen partij (maar wellicht wel een politicus).

De groep jongeren die bewust politici of politieke partijen volgt op sociale media is klein, maar **toch ziet bijna de helft** (47%) van alle jongeren **advertenties** van politici of politieke partijen opduiken in hun feeds. Wanneer we bij die jongeren doorvragen van welke partijen die advertenties afkomstig zijn, krijgen we een gelijkaardige rangschikking van de partijen.

VB (Vlaams Belang)	56%
N-VA (Nieuw-Vlaamse Alliantie)	16%
<i>Ik weet het niet</i>	<i>12%</i>
Vooruit	11%
CD&V (Christen-Democratisch en Vlaams)	11%
Geen enkele politieke partij	11%
Andere ²⁸	9%
Groen	8%
PVDA (Partij van de Arbeid)	8%
Open Vld (Open Vlaamse Liberalen en Democraten)	6%

Tabel 10: Welke politieke partijen volgen jongeren op sociale media (N=228)?

VB (Vlaams Belang)	53%
N-VA (Nieuw-Vlaamse Alliantie)	30%
<i>Ik weet het niet</i>	<i>28%</i>
Vooruit	21%
CD&V (Christen-Democratisch en Vlaams)	16%
Open Vld (Open Vlaamse Liberalen en Democraten)	16%
Groen	15%
PVDA (Partij van de Arbeid)	11%
Andere, namelijk	5%

Tabel 11: Van welke politieke partijen zagen jongeren al eens een advertentie verschijnen op hun sociale media (N=798)?²⁹

²⁶ 11% van de jongeren weet niet of ze politici of politieke partijen volgen. De vraag welke partijen ze volgen, werd alleen gesteld aan de jongeren die "ja" geantwoord hebben op de vraag "Volg je politici of politieke partijen?"

²⁷ Dit lijkt overeen te komen met de bevindingen van de jongste JOP-monitor.

²⁸ Bij de open antwoorden vinden we vrij veel Nederlandse partijen terug (de bevraging vond plaats rond de Nederlandse Tweede Kamerverkiezing eind november 2023).

²⁹ Deze tabel werd enkel getoond aan jongeren die eerder aangeven wel eens advertenties te zien van politici of politieke partijen.

Bijna **3 op 10 jongeren** die politieke advertenties op sociale media te zien krijgt, weet **niet van welke partij** die afkomstig zijn. Dit blijkt ook uit de klasgesprekken en open antwoorden³⁰: veel jongeren zien wel eens een politicus opduiken in hun feed, maar kunnen hier niet altijd de juiste partij op plakken. Dit kan verklaren waarom de cijfers niet helemaal overeenkomen met de mate waarin politieke partijen ook geld uitgeven aan advertenties op platformen als Facebook en Instagram.³¹

39% van de jongeren die wel eens advertenties van politici of politieke partijen ziet op sociale media, denkt dat dit (eerder) wel een invloed zal hebben op hun stemgedrag. 49% denkt dat dit (eerder) niet het geval zal zijn. Bij de jongeren die in juni 2024 mogen stemmen (derde graad secundair), geeft **45% aan dat de advertenties (eerder) wel een impact** zullen hebben.

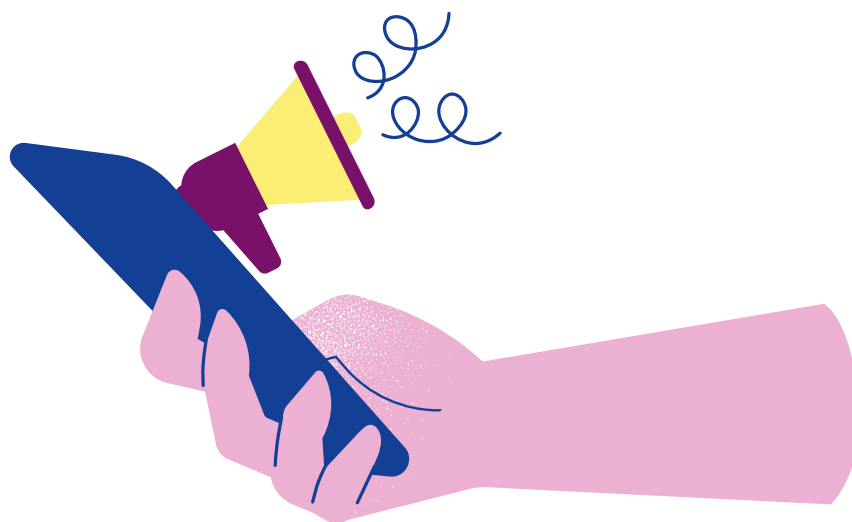
Jongeren zijn dus globaal **niet erg geïnteresseerd in politiek** en slechts een heel kleine **minderheid** van hen volgt zelf politici en politieke partijen. Toch zien we dat **bijna de helft van de jongeren politieke advertenties tegenkomen** in hun sociale media feeds. Van die groep denkt ongeveer 4 op 10 dat deze advertenties een **invloed** zullen hebben op hun **kiesgedrag**. De strijd om de stem van de eerste kiezer via sociale media lijkt dus wel een belang te hebben.

"Ik vind dat een beetje raar. Zeker onze leeftijd is heel beïnvloedbaar en we weten er al niet zoveel over. Dus ik vind dat ze ons veel objectiever moeten informeren. Als je de hele tijd dezelfde partij of politici tegenkomt, ja dan kan je zo zijn van "yeah", dat is goed. Terwijl je de achtergrond niet eens weet."

 Laura, 15 jaar

"Je mag je niet enkel via dat soort filmpjes informeren. Je kan echt een eenzijdige visie krijgen. Ik heb bijvoorbeeld nog nooit zo'n advertentie van Groen gekregen."

 Roger, 15 jaar



³⁰ Bij de antwoordoptie "Andere, namelijk:" konden jongeren zelf invullen van wie ze advertenties zien. Ze geven hier voornamelijk namen op van politici die actief zijn in een van de bevroegde partijen, maar die ze dus blijkbaar niet kunnen thuiswijzen.

³¹ Zie de AdLens cijfers rond politieke advertentie-uitgaven op Facebook en Instagram voor de periode waarin de Apenstaartjaren-bevraging liep: <https://adlens-be.medium.com/adlens-rapport-politieke-advertentie-uitgaven-op-facebook-en-instagram-in-2023-f3b078a36b64>

CYBERSECURITY

Dit thema werd bevroegd vanaf secundair onderwijs.

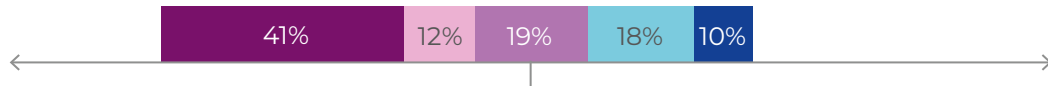
In deze editie van Apenstaartjaren vroegen we jongeren voor het eerst naar hun gewoontes en ervaringen met cybersecurity. Liggen ze wakker van hun eigen online veiligheid? Een kwart van de jongeren is (eerder) bezorgd dat hun persoonlijke info gedeeld wordt, hun telefoon niet meer bruikbaar zou zijn, dat er info over hen verspreid geraakt of dat ze online geld zullen verliezen. Daartegenover staat een grote groep jongeren die (eerder) onbezorgd is over deze thema's.



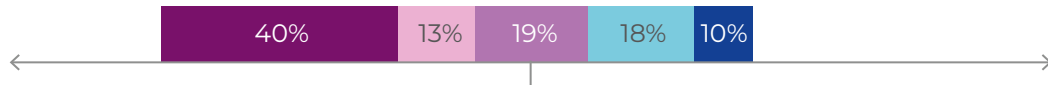
"Is het waar dat China alles kan horen door TikTok? Voor mij mogen ze alles horen, want die van China verstaan me toch niet."

Sam & Jacques, 16 en 13 jaar

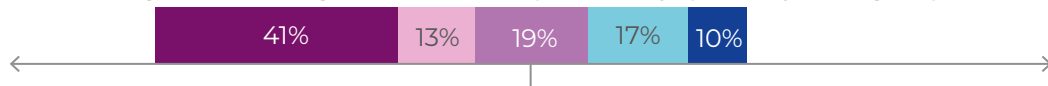
Ik ben bezorgd dat online mijn persoonlijk informatie (foto's, wachtwoorden, identiteitsgegevens) misbruikt kan worden



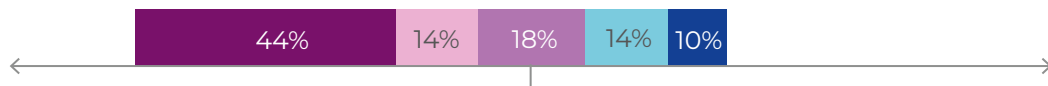
Ik ben bezorgd dat mijn computer, telefoon of tablet niet meer te gebruiken zal zijn door een virus/cryptolocker



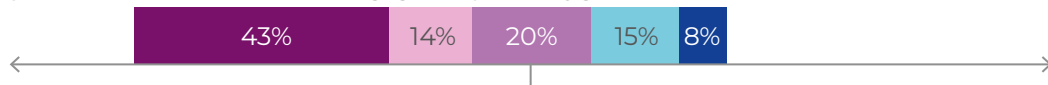
Ik ben bezorgd dat anderen gênante informatie (foto's, weetjes) over mij online gaan plaatsen



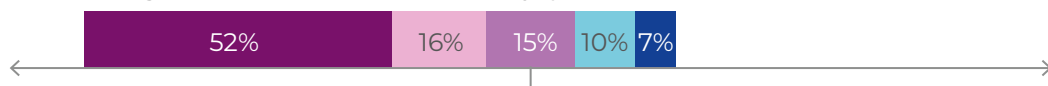
Ik ben bezorgd dat ik online geld zal kwijtspelen/verliezen



Ik ben bezorgd dat anderen online persoonlijke informatie (foto's, wachtwoorden, identiteitsgegevens) over mij gaan vinden



Ik ben bezorgd dat iemand zich voordoeft als mij op het internet



Niet akkoord Eerder niet akkoord Noch akkoord, noch niet akkoord Eerder akkoord Akkoord

Grafiek 24: Bezorgdheden van jongeren over online veiligheid (N=1.681).

Phishing en andere kwalen

Met welke vormen van cybercrime worden jongeren geconfronteerd? We polsten naar welke situaties ze het voorbije jaar hebben meegemaakt. Belangrijk hierbij: meegemaakt hoeft niet te betekenen dat het je **zelf** is overkomen, het hoeft ook niet te betekenen dat je er echt **slachtoffer** van bent geworden.

Phishing is de meest voorkomende vorm van online oplichting waar jongeren mee in aanraking komen (38%), gevolgd door **pretexting** (25%) en **hacking** (17%). Phishing is ook de enige die vrij frequent voorkomt (hoge scores bij 2 of 3 keer en 4 keer of meer). Voor phishing: hoe ouder ze zijn, hoe vaker ze het meegemaakt hebben.



	Nooit	1 keer	2 of 3 keer	4 keer of meer
Mails van bedriegers die uit zijn op je (bank) gegevens (= phishing)	62%	14%	14%	10%
Iemand die een verhaal verzint om vertrouwelijke informatie te verkrijgen zoals wachtwoorden, gebruikersnamen of financiële gegevens (= pretexting en socialemidiamisleiding)	75%	14%	8%	3%
Account/wachtwoord gebruikt door iemand die je niet kent (= hacking)	83%	13%	3%	1%
Foto's/video's van mij werden gebruikt door iemand die ik niet ken, zonder mijn toestemming	84%	10%	4%	2%
Iemand die zich voordeed als mij of mijn (identiteits) gegevens gebruikt zonder toestemming	87%	9%	3%	1%
Iets gekocht wat niet toekwam door een bedrieglijke verkoper	88%	9%	2%	1%
Iemand die mij bedreigde om gegevens van mezelf te sturen (bv. foto's, geld)	90%	6%	2%	2%
Bankgegevens gestolen	96%	3%	1%	<1%

Tabel 12: Hoe vaak zijn jongeren in het voorbije jaar vormen van online oplichting tegengekomen (N=1.684)?

Bescherming

Om je online veiligheid te vergroten, zijn er veel verschillende strategieën beschikbaar. Een **sterk wachtwoord** kiezen, geen gevoelige **informatie** delen en **meer dan één** wachtwoord gebruiken zijn bij jongeren

het meest gekend en/of gebruikt. Een vrij grote groep (16%) geeft aan **geen enkele** van de voorgestelde strategieën te gebruiken, waarmee ze zich zeer kwetsbaar opstellen.

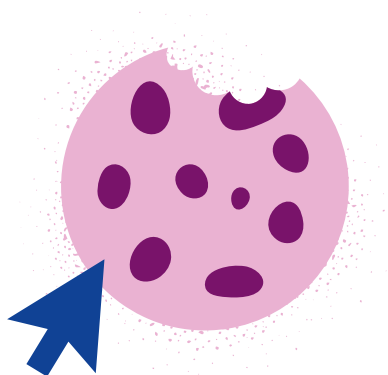
Een sterk wachtwoord kiezen	65%
Geen gevoelige informatie (bv. bankgegevens, wachtwoorden) delen	40%
Verskillende wachtwoorden gebruiken	37%
Surfen met een beveiligde internetverbinding zoals een VPN of https	36%
Een veilige browser gebruiken	35%
Antivirussoftware gebruiken	33%
Privacy-instellingen van apps regelmatig aanpassen	30%
Berichten die ik niet vertrouw melden (vb. rapporteren in mailbox of op sociale media)	25%
Niet alle cookies zomaar accepteren	23%
Door mezelf af en toe googlen	16%
GEEN van deze	16%
Tweestapsverificatie gebruiken	16%
Spaminstellingen nakijken	15%
Anoniem surfen	13%
Malwaredetectie installeren	8%

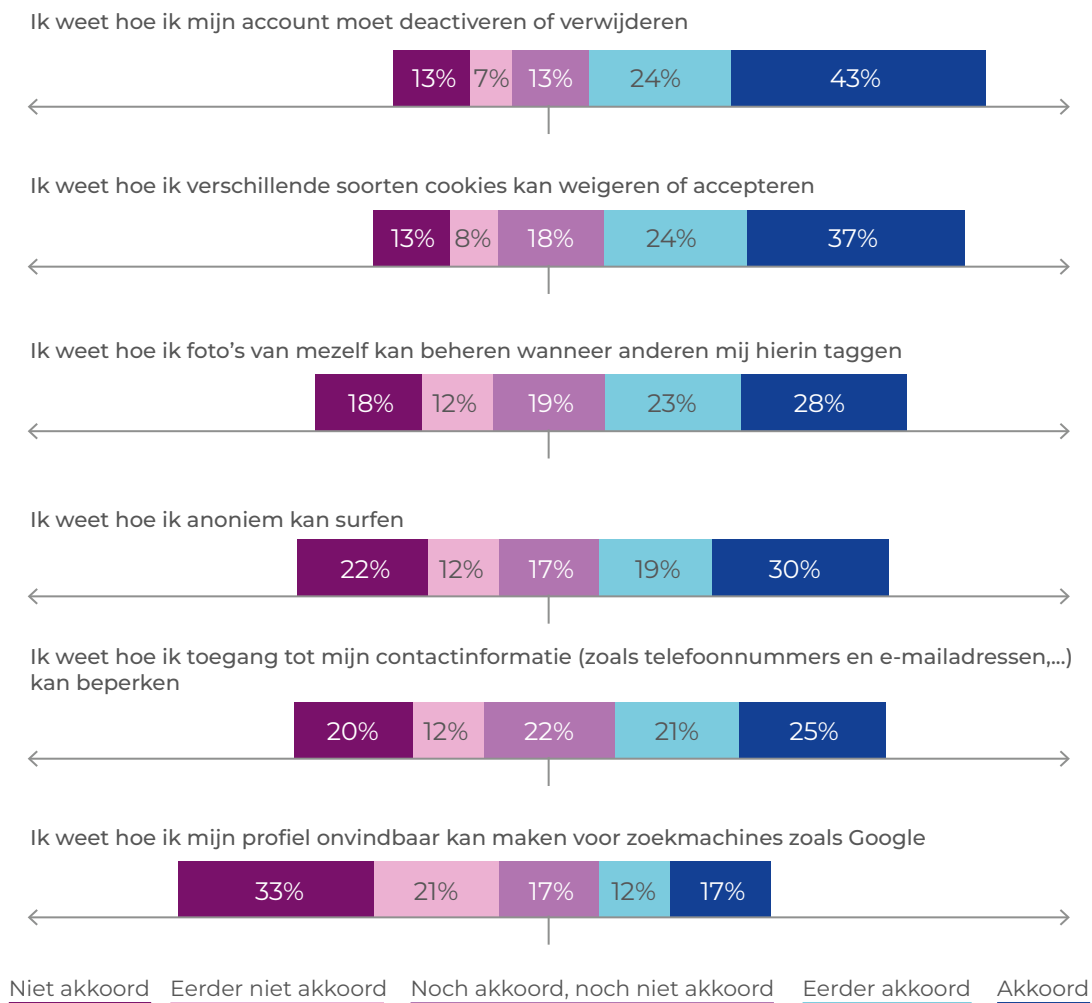
Tabel 13: Strategieën die jongeren gebruiken om hun toestellen en gegevens te beschermen tegen aanvallen, schade of diefstal (N=1.686).

Jongeren zeggen zelf de meeste vaardigheden te hebben rond accounts verwijderen en cookies weigeren en accepteren. Ook foto's beheren lijkt meer dan de helft onder de knie te hebben.

"Ik heb toch alleen spelletjes en foto's op mijn gsm staan, het maakt mij niet uit wie dat ziet, ik deel mijn wachtwoord soms."

E Elias, 12 jaar.





Grafiek 25: Antwoorden van jongeren op stellingen over vaardigheden rond online veiligheid (N=1.159).³²

Ruim twee op de drie jongeren deelden al een wachtwoord van hun sociale media of e-mail-account met iemand. Meestal is dat met hun ouders (52%), met vrienden (24%) en met broer of zus (23%). Slechts 30% van de jongeren geeft aan nog nooit een wachtwoord gedeeld te hebben.

Mijn ouders of voogd	52%
Met niemand	30%
Mijn vriend(en) of vriendin(nen)	24%
Mijn broer of zus	23%
Mijn lief	11%

Tabel 14: Met wie hebben jongeren al eens hun wachtwoord gedeeld (N=1.315)?³³

³² Enkel jongeren die eerder aangaven applicaties/websites te gebruiken, kregen deze vraag.

³³ Enkel jongeren die eerder aangaven e-mails te versturen of applicaties/websites te gebruiken, kregen deze vraag.

HOE VEILIG GEDRAGEN JONGEREN ZICH ECHT?

Zou het niet fijn zijn mochten we ook kunnen **testen** of jongeren zich online veilig gedragen? Met dat idee gingen we samen met DNS Belgium aan de slag om een workshop te ontwikkelen waarin we jongeren (secundair onderwijs) deels praktische **opdrachten** voorschotelen en deels **informer**en rond verschillende aspecten van cybersecurity.

Mediaraven en Bib Zonder Grenzen/Bibliothèques Sans Frontières werkten hiervoor een workshop van 2 lesuren uit in het Nederlands en Frans. Mediaraven begeleidde de workshop in het najaar van 2023 in 20 klassen voor in totaal **454 leerlingen**, gespreid over de verschillende onderwijstypes en leerjaren. De workshop bestond uit een aantal **performantietesten**, een reeks **open vragen** en een **informatief luik**. We verzamelden de output van de testen en open vragen deels via Menti-meter en maakten van alle workshops audio-opnames om de klasgesprekken te capteren en achteraf uit te schrijven voor analyse.

(H)erkennen ze het probleem?

Onze openingsvraag: hoe veilig voel je je online? We lieten jongeren antwoorden op een schaal van 0 (heel onveilig) tot 5 (heel veilig) en kwamen over alle workshops heen tot een gemiddelde score van **3,6**. We zien daarbij geen merkbaar verschil tussen leeftijden of onderwijstypes. Spoiler alert: we stelden dezelfde vraag nog eens op het einde van de workshop, daarover lees je straks meer.

Waar zijn je **ouders of leerkrachten bang voor**? We maakten een clustering van de antwoorden die de jongeren gaven op deze open vraag in een 7-tal thema's:

- oplichting (104 keer geantwoord)
- praten met onbekende mensen (72 keer geantwoord)
- naaktfoto's en sexting (61 keer geantwoord)
- ongepast gedrag en cyberpesten (42 keer geantwoord)
- online aankopen doen of gokken (23 keer geantwoord)
- kijken naar ongeschikte beelden (porno, geweld) (26 keer geantwoord)

- ongewenst gebruik van media (waar of wanneer het niet mag, of te veel gebruiken) (17 keer geantwoord)

In de klasgesprekken is duidelijk voelbaar dat sommige jongeren vinden dat die bezorgdheid fel **overtrokken** is. Ze schatten hun eigen vaardigheden hoog in en lijken vaak te denken dat online veiligheid vooral iets voor volwassenen is.

"Ik ben sowieso veiliger dan mijn ouders."

 Florian, 16 jaar

"Ik denk eigenlijk dat als je nog geen 18 bent die hackers heel weinig kunnen doen met je it's me account. Zo leningen en zo aangaan mag je nog niet, overschrijvingen doen ook niet"

 Marthe, 17 jaar

Herkennen ze phishing?

Bij een performantie-test rond phishing kregen de jongeren 8 situaties voorgeschoteld met phishing-mails, sms'jes of social media posts. Gemiddeld haalde **41%** van de jongeren er **het goede antwoord** uit, 38% koos de duidelijk foute optie (een derde optie was goed noch fout).

Dit wijst erop dat we de cijfers uit het kwantitatief onderzoek hierboven voorzichtig moeten interpreteren: **38%** van de jongeren geeft daar aan het voorbije jaar een phishing-situatie tegengekomen te zijn, maar uit de test blijkt dat jongeren slechts in 41% van de gevallen in staat zijn een phishing-bericht correct te identificeren. Wellicht is de 38% dus een **onderrapportage**.

We vroegen hen ook aan te geven welke techniek of strategie ze gebruiken om na te gaan of een bericht al dan niet phishing is. De antwoorden op deze open vraag kan je in grote lijnen clusteren in 6 strategieën:

- Afzender controleren, URL checken (240 keer geantwoord)
- Controleren op schrijfstijl, taalfouten en lay-out (75 keer geantwoord)

- Buikgevoel (42 geantwoord)
- Vergelijken van context (bv schrijfstijl met context: een bank of overheid communiceert niet informeel) (28 geantwoord)
- Kijken of er gevraagd wordt naar geld of data (11 keer geantwoord)
- hulp vragen aan iemand anders (6 keer geantwoord)³⁴

Uit de klasgesprekken achteraf blijkt vaak weer dat jongeren in de praktijk veel berichten krijgen die bedoeld zijn voor volwassenen. Zo kunnen ze bijvoorbeeld aan context weten of een bericht vals is: ze moeten nog geen belastingen betalen, krijgen nog geen boetes,... Als ze enkel op die manier phishing herkennen is dat natuurlijk problematisch, want eens ze meerderjarig zijn valt die strategie weg.

Hoe veilig zijn hun wachtwoorden?

We lieten alle leerlingen hun mailadres invullen op de site Have I been pwned. 9% kreeg er een rood scherm op te zien, wat betekent dat hun mailadres al eens in een datalek betrokken is. Dit percentage stijgt naarmate hun leeftijd stijgt. Logisch: het duurt even voor mailadressen in een datalek kunnen betrokken zijn, dus hoe jonger ze zijn, hoe nieuwer hun adres is. In dezelfde oefening vroegen we om eens het adres van hun ouders of leerkracht in te typen, die cijfers zagen er al veel minder rooskleurig uit.

"[lachend]Ik heb alle skins (op fortnite) eens veranderd van een vriend waar ik het wachtwoord van heb en die gast was helemaal in paniek."

 Luiz, 14 jaar

In een performantietest rond wachtwoorden lieten we de jongeren 4 wachtwoorden evalueren op sterkte en checkten we strategieën die ze gebruiken om een goed wachtwoord te maken. Wat opvalt is dat ze de sterkte van wachtwoorden lijken te overschatten. De meest

geken strategieën voor een goed wachtwoord zijn:

- speciale tekens gebruiken
- 13 tekens of meer gebruiken
- geen privéinformatie gebruiken
- combinaties van cijfers, kleine letters en grote letters
- Jongeren gebruiken zelf gemiddeld 3 à 4 van deze strategieën in hun wachtwoord, 2% van de jongeren gebruikt geen enkele strategie.

We gingen ook na hoeveel wachtwoorden ze hebben:

- 286 keer enkele wachtwoorden (31%)
- 86 keer voor elk account een ander wachtwoord (9%)
- 79 keer één wachtwoord voor alles (9%)
- 39 keer tweestapsverificatie (4%)
- 36 keer wachtwoordkluis die wachtwoorden genereert (4%)
- 27 keer nog iets anders (3%)

"Ik gebruik tweestapsverificatie op Fortnite. Als je dat instelt op je account krijg je een extra dansje en mag je wel meedoen aan toernooien."

 Gustaaf, 15 jaar

Ook hier blijkt weer dat de kwantitatieve cijfers hierboven doen vermoeden dat het beter gesteld is met paswoordhygiëne. Een sterk wachtwoord kiezen is de meest geciteerde strategie met 65%, maar de praktijk wijst uit dat er een grote groep is die toch moeite heeft om een sterk wachtwoord te genereren of herkennen. Ook bij tweestapsverificatie (16% in kwantitatief, 4% in de workshops) en verschillende wachtwoorden gebruiken (37% in kwantitatief, maar in de workshops blijkt dat dat dan vooral maar om enkele wachtwoorden gaan) is er sprake van een overschatting.

Nog opvallend bij de klasgesprekken: jongeren verwaren een wachtwoord regelmatig met pincodes (bijvoorbeeld om je gsm te openen). Ze lijken bezorgd om de veiligheid van hun pincode dan om de wachtwoorden van hun accounts.

³⁴ Aan wie vragen ze dan hulp? "Ouders, de ict-coördinator of Google." Ook aan de leerkracht? Na enige aarzeling: "Ja, maar niet elke leerkracht..."

Wat we onthouden uit de workshops

Jongeren lijken tijdens de workshops over het algemeen iets meer onzeker te zijn over verschillende aspecten van cybersecurity dan tijdens het invullen van de vragenlijst. Dit kan wijzen op het feit dat jongeren zichzelf overschatten. In de context van een survey schatten ze

zichzelf hoog in, maar als je 2 lesuren de tijd neemt en ook open vragen kan stellen, blijkt dat ze toch nog heel wat werk voor de boeg hebben. Ze erkennen dit ook: aan het eind van de workshop blijkt hun zelfvertrouwen lager te liggen dan ervoor (de gemiddelde score komt nog op 3,2 uit, in vergelijking met de 3,6 aan het begin). Dit is argumentatie voor meer aandacht voor cybersecurity.



ONLINE RELATIES

Dit thema werd bevroegd vanaf de 3de graad lager onderwijs.

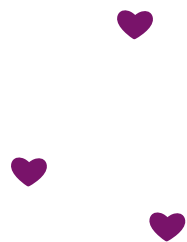
In een tijdperk waarin digitalisering ons leven door-
dringt, is het vinden van balans in vriendschappen en
relaties voor jongeren een boeiende uitdaging. Ze heb-
ben door het internet **meer contact** met hun vrienden
en familie. Eén op de drie - en de helft van de tieners en
jongeren in het buitengewoon onderwijs - geeft aan dat
het internet hen **helpt om beter te communiceren** en
zichzelf te kunnen **zijn**. Het stelt hen ook in staat om
gemakkelijk contact te maken met mensen die **dezelfde**
interesses delen.

Nieuwe vriendschappen

Het internet dient niet alleen om bestaande banden te
onderhouden: bij de helft van de tieners en jongeren
helpt het ook om **nieuwe vriendschappen** te smeden.
In 63% van de gevallen gebeurt dit via **sociale media**,
maar ook **online spelletjes** of **game communities**
bieden een platform voor het opbouwen van nieuwe
vriendschappen (51%).

Sociaal scepticisme

Toch zijn **niet** alle tieners en jongeren **even overtuigd**
van het sociale potentieel van het internet: 52% kan zijn
of haar **gevoelens niet uiten**, 40% kan **niet zijn wie**
ze echt willen zijn online en 36% kan **niet beter** met
anderen **communiceren** via het internet. Desondanks
gaat meer dan de helft (58%) akkoord met de stelling
dat ze meer contact hebben met vrienden en familie
dankzij het internet.



"Ik bel graag met mijn vrienden van mijn vorige
school (met de gsm)."

 Dennis, 8 jaar

"Ik chat niet vaak in games, maar als ik chat,
chat ik met mijn beste vriend van op school."

 Loïc, 12 jaar

"Ik heb twee vrienden leren kennen op TikTok,
dat zijn de enige die ik niet in het echt ken. We
waren allebei geïnteresseerd in Charli D'Amelio
en zijn wat blijven sturen naar elkaar."

 Arne, 13 jaar

"Als ik met vrienden ben dan zou ik niet echt op
mijn gsm gaan. Je moet dan wel in het moment
leven en niet asociaal gaan doen. Als ik alleen
ben dan ga ik wel op mijn gsm."

 Serafien, 15 jaar

"Kind zijn is buiten spelen en vrienden maken,
niet op je gsm zitten."

 Mirthe, 15 jaar

Ik heb meer contact met vrienden en familie dankzij het internet	58%
Het internet heeft een positieve invloed op mijn vriendschappen	40%
Ik kan beter met anderen communiceren via het internet	39%
Ik kom meer in contact met mensen met dezelfde interesse	36%
Ik kom gemakkelijker in aanraking met mensen uit andere culturen	36%
Ik kan online iemand zijn die ik echt wil zijn	31%
Ik gemakkelijk mijn gevoelens uiten via het internet	23%
Het internet heeft een positieve invloed op de relatie met mijn familie	23%
Ik heb meer mogelijkheden om een lief te vinden dankzij het internet	19%

Tabel 15: Tieners en jongeren die (eerder) akkoord gaan op stellingen over de positieve invloed van het internet op vriendschappen (N=2.230).

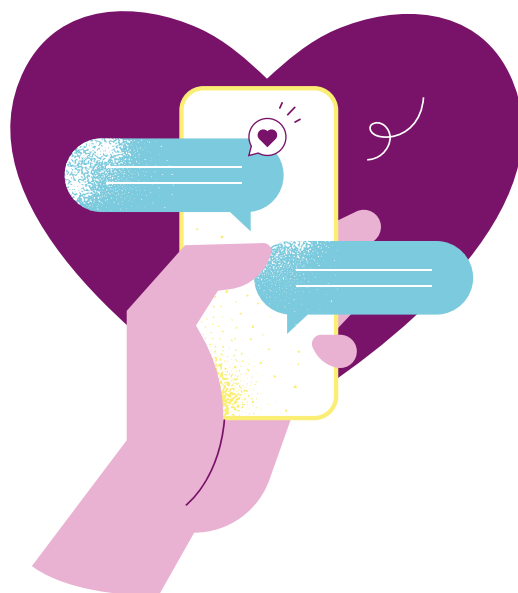
Geen online romance

Het internet blijkt **niet de plek** waar tieners en jongeren **liefde vinden**: 16% heeft ooit online een romantische partner ontmoet. Ook hier vinden deze ontmoetingen hoofdzakelijk plaats via **sociale media** (77%) en **online game communities** (15%). **Alhoewel...** Dit aantal best nog hoog ligt als je weet dat 21% van de tieners en jongeren een lief had op het moment van de bevraging.

Toch zijn ze **niet volledig overtuigd** dat **sociale media ook werkelijk iets kan bijdragen** aan hun liefdesrelatie, behalve jongens, die meer dan meisjes geloven in de positieve invloed ervan. Slechts 1 op 3 van de tieners met een lief vinden dat het internet zorgt voor meer verbondenheid of een positieve invloed op de relatie. Liefde is dus iets wat zich nog steeds vooral offline laat voelen.

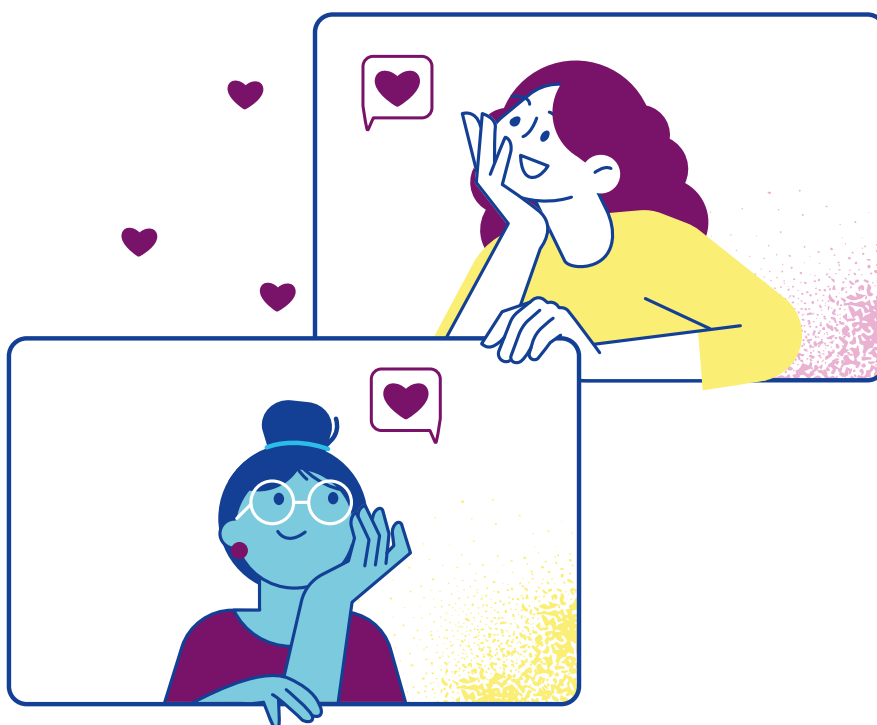
Online daten is voor 'volwassenen'

Online daten is een **ding voor (jong)volwassenen** (cfr. Digimeter): slechts 6% bezocht in de twee maanden voor de bevraging een online datingsite. Ze hebben nog een zee van tijd ... En vinden hun liefjes vooral nog binnen hun eigen netwerk.



Online communicatie versterkt de band tussen mij en mijn lief	35%
Door het internet voel ik mij meer verbonden met mijn lief	32%
Over het algemeen heeft het internet een positieve invloed op mijn relatie	32%
Het is ok om de locatie van mijn lief te bekijken via het internet zonder dat mijn lief dit weet	31%
Online communicatie helpt mij om de gedachten en gevoelens van mijn lief beter te begrijpen	24%
Mijn lief en ik kunnen beter communiceren via het internet	23%
Online communicatie is een goede manier om ruzies en misverstanden met mijn lief op te lossen	21%
Het is ok om via het internet en sociale media te kijken wat mijn lief aan het doen is zonder dat mijn lief dit weet	17%
Het is ok om in de accounts van mijn lief in te loggen en de berichten of e-mails van mijn lief te controleren zonder dat mijn lief dit weet	7%
Ik vind het belangrijk om de wachtwoorden van de accounts van mijn lief te weten	7%

Tabel 16: Tieners en jongeren die (eerder) akkoord gaan op stellingen over de positieve invloed van het internet op liefdesrelaties (N=453)³⁵.



³⁵ Deze vraag werd enkel getoond aan tieners en jongeren die eerder in vragenlijst aangeven een relatie te hebben.

SEXTING

Dit thema werd bevestigd vanaf secundair onderwijs.

5% van de jongeren maakte en verstuurde in de afgelopen twee maanden seksueel getinte beelden van zichzelf³⁶. Oudere jongeren lijken dit vaker te doen, ze hebben dan ook meer vrije toegang tot sociale media en smartphone.

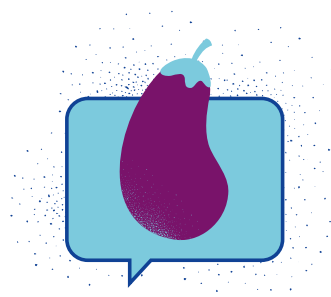
"Ik ga echt nooit zo'n foto's sturen later. Als ik dan eens ruzie heb mijn met vriendinnetje dan zou die dat kunnen doorsturen ofzo en dan ben ik de pineut"

 Warre, 11 jaar

Veiligheidsmaatregelen voor sexting

Jongeren die sexten nemen meestal wel een aantal veiligheidsmaatregelen: 59% staat **onherkenbaar** op de foto's, 69% staat er meestal niet **volledig naakt** op (13% wel), 40% in **ondergoed** of **zwemkledij** en 58% **deelt** de

Een overgrote **meerderheid van de jongeren** (71 - 78%) die sexts sturen vindt dat dat **heel fijn kan zijn**. 22% heeft na het sturen van een sext **achteraf spijt**.



foto's enkel **met** hun **lief** (23% met een vriend, 21% met iemand waarop ze verliefd zijn en 11% naar een persoon die ze niet (zo goed) kennen.

Probleem met sexting

Ondanks deze maatregelen kan een sext ook **zonder iemands toestemming met anderen gedeeld** worden: een kwart van alle tieners en jongeren ontving al eens een seksueel getinte foto van iemand zonder dat die persoon ervan wist. En dit is wanneer er een **probleem met sexting** ontstaat. Belangrijk: dit is **nooit de schuld van degene die de sext maakte**, maar wel van degene

die de foto doorstuurde of toonde aan anderen. Eén op de tien jongeren die een sext ontvangen doet dit, en dit is een op de tien teveel! Gelukkig zijn er ook nog jongeren die vragen aan wie het doorstuurde om dit niet (meer) te doen (13%) of die het vertellen aan hun ouders (11%) of de persoon in kwestie (9%). En de **rest**? Die **kijkt naar de foto en doet niets**.

Hulplijnen beschikbaar?

Sexting moet bespreekbaar zijn. Toch kan 12% van de jongeren **bij niemand terecht** als ze problemen krijgen met versturen of ontvangen van naaktfoto's. Dit aantal blijft zorgwekkend hoog. 61% heeft wel het gevoel dat ze hierover bij hun **ouders** kunnen aankloppen. Dit is een stijging bij vorige editie: zouden ouders hier meer

voor open staan? De rest zoekt vooral steun bij **vrienden of klasgenoten**. Een kleiner aantal praat ook met broers of zussen of volwassenen die ze vertrouwen. Net als bij andere digitale problemen zijn ook hier leerkrachten niet het eerste aanspreekpunt.

³⁶ Aangezien slechts 5% van de jongeren uit onze steekproef aan sexting doen, werken we voor veel van de vervolgvragen met een laag aantal respondenten. Om deze reden doen we geen verdere uitsplitsing naar leeftijd en geslacht.

CYBERPESTEN

Dit thema werd bevroegd vanaf de 3de graad lager onderwijs.

Het sociale leven van tieners en jongeren speelt zich vandaag voor een groot deel in de digitale wereld af. Een verrijking, maar wel met een keerzijde: 4% van de tieners en jongeren (4% in 2022) krijgt **structureel (minstens wekelijks) te maken met cyberpesten**. Meis-

jes geven vaker dan jongens aan al eens het slachtoffer geweest te zijn van online pesten. De helft van de tieners en jongeren geeft aan het voorbije jaar al eens getuige te zijn geweest van een online pestsituatie bij anderen.

(Bijna) nooit	81%
Af en toe	11%
1 tot 3 keer per week	2%
(Bijna) elke dag	1%
Meerdere keren per dag	1%
Zeg ik liever niet	4%

Tabel 17: Hoe dikwijls worden tieners en jongeren gecyberpest in het jaar van de bevraging (N=2.205)?

Hoe?

Cyberpesten is een vorm van pesten waarbij het slachtoffer herhaaldelijk gekwetst wordt via sociale media. Dit gebeurt op veel manieren: **uitschelden, gemene dingen** over het slachtoffer **zeggen** en **roddels verspreiden** zijn de meest voorkomende. Het aantal tieners en jongeren dat gecyberpest wordt is niet gestegen (in vergelijking met 2022), maar wel de manieren waarop er aan online pesten wordt gedaan. Wellicht neemt pesten andere vormen aan.

Spelen de zogenaamde **expose groepen** (ook wel gossip girl groepen) - sociale media accounts waar roddels maar ook compromitterende beelden van leerlingen of leerkrachten op staan - hier een rol in? Dit was geen expliciete antwoordoptie in de vragenlijst, maar tieners en jongeren kunnen deze accounts zowel categoriseren als gemene dingen zeggen over mij, als roddels, bedreigende tekstberichten alsook het uitgesloten worden op sociale media. Ook in de open antwoorden zien we het opduiken:

"Er was een meisje dat steeds roddelde. Ik heb haar sociaal geïsoleerd door al haar roddels over iedereen te publiceren op sociale media."

 Florence, 14 jaar

"Ik heb meerdere accounts op Instagram: eentje privé, voor alleen maar mijn vrienden. En dan eentje om mensen te stalken. Zodat die niet weten dat ik dat ben."

 Valentine, 15 jaar

Ik speel niet echt Roblox, mijn vrienden en ik spelen dat gewoon om de kinderen uit te lachen en te bannen."

 Arne, 13 jaar

	2024	2022
Iemand zei gemene dingen TEGEN mij of schold mij uit via tekstberichten of online berichten	54%	56%
Iemand zei gemene dingen OVER mij tegen anderen via tekstberichten of online berichten	47%	37%
Iemand verspreidde roddels over mij op internet	29%	20%
Iemand bedreigde mij via tekstberichten of online berichten	25%	17%
Ik werd uitgesloten of genegeerd door anderen op sociale mediachatrooms	24%	17%
Zeg ik liever niet	23%	20%
Iemand plaatste beschamende filmpjes of foto's van mij online	14%	10%
Iemand maakte een nep-account en deed alsof hij/zij mij was (bv. op Facebook of TikTok)	11%	9%
Iemand zette persoonlijke informatie van mij online	8%	8%
Iemand hackte mijn account en stal persoonlijke informatie (bv. via email of accounts op sociale netwerken)	6%	7%
Iemand hackte mijn account en deed alsof hij/zij mij was (bv. via instant messaging of accounts op sociale netwerken)	6%	6%
Iemand veranderde filmpjes of foto's van mij die ik online geplaatst had	5%	7%

Tabel 18: Manieren om gecyberpest te worden bij tieners en jongeren, vergelijking met 2022 (N=411).

Niet anoniem

58% van de tieners en de jongeren **weet precies wie de pestkop is** en 5% heeft een vermoeden. Anonieme pestkoppen zijn er ook, maar in veel mindere mate: 16% kent de identiteit van hun pester niet. Maar liefst 21% zegt hier liever niets over; is er een angst om nog meer gepest te worden als ze zeggen wie het is?



Praten helpt

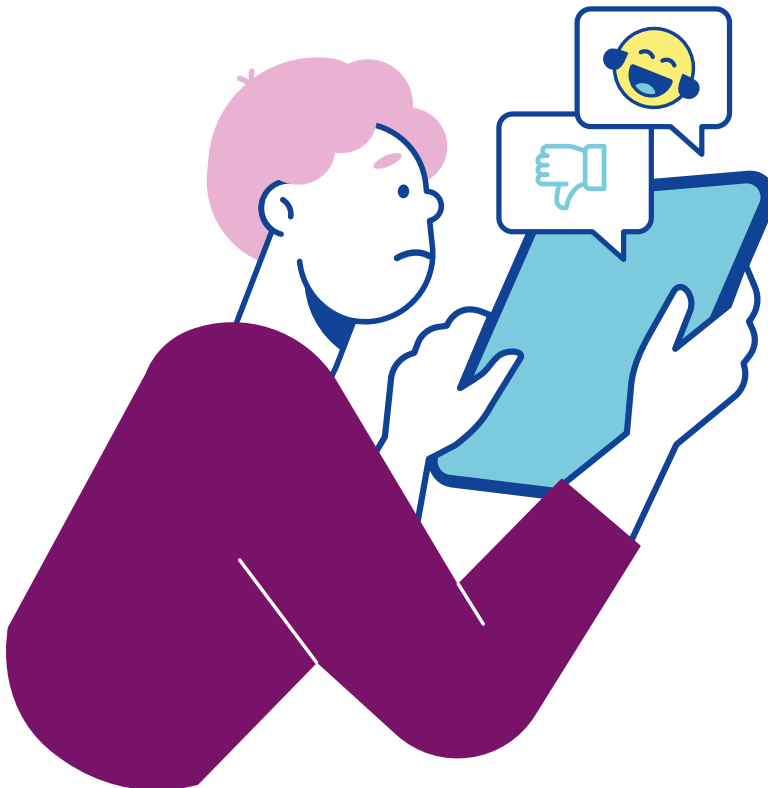
Alsof het nog niet genoeg is dat tieners en jongeren online gepest worden, merken we dat 12% bij **niemand** terecht kan om hierover te **praten**! Degenen met geen of weinig hulpbronnen zijn meteen ook de meest kwetsbare groepen in de samenleving: tieners en jongeren met een **andere nationaliteit**, die **geen Nederlands** thuis spreken en hoog scoren op materiële en sociale deprivatie. Ook **jongens** hebben het moeilijker om hierover met anderen te praten. Laat dit een pleidooi zijn om potentiële hulpkanalen nog meer zichtbaar te maken.

64% heeft gelukkig wel het gevoel dat ze hierover bij hun **ouders** kunnen aankloppen. Dit is een stijging bij vorige editie: zouden ouders bewuster dit gesprek aangaan met tieners en jongeren? De rest zoekt vooral steun bij **vrienden of klasgenoten**. Een kleiner aantal praat ook met broers of zussen of volwassenen die ze vertrouwen. Leerkrachten scoren nog altijd niet geweldig goed als vertrouwenspersoon (23%), dit ondanks het feit dat er op school veel meer over cyberpesten wordt gepraat dan in de thuiscontext.

Zelf pesten?

Maar hebben ze zich ook al eens **schuldig** gemaakt aan online pestgedrag? Een klein aantal geeft toe van wel: 2% geeft aan vrij frequent anderen te pesten, 5% zegt het liever niet. De antwoorden op de vraag wat ze

precies doen, tonen een zekere schroom over het eigen pestgedrag: 40% wil hier niets over zeggen. Degenen die hier wel iets over delen geven aan dat ze vooral **gemeene dingen zeggen** of **uitschelden**.



Digitaal welzijn



Dit thema werd bevestigd vanaf de 3de graad lager onderwijs.

Nu we een zicht hebben op de toestellen en apps die ze gebruiken, wat ze kennen, kunnen en vinden van verschillende thema's, staan we graag nog even stil bij de vraag wat het effect van mediagebruik is op het **welzijn van tieners en jongeren**. We schotelden hen een reeks **stellingen** voor rond 6 verschillende thema's.

Omdat we kozen voor een nieuwe methodologie die beter aansluit bij andere onderzoeken, kunnen we de cijfers **niet vergelijken** met die van 2022. Dat houdt ons niet tegen om een paar opmerkelijke vaststellingen te maken.

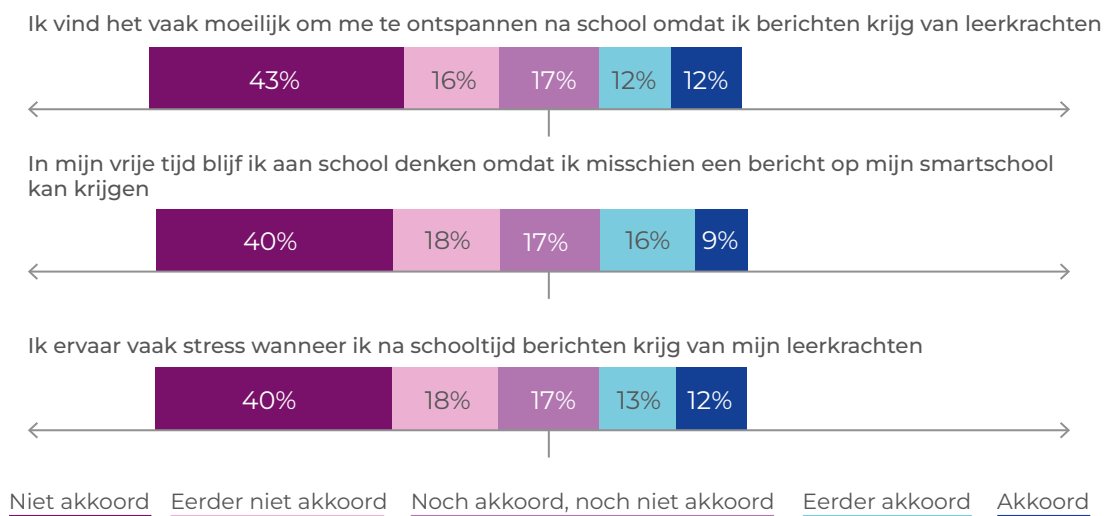
School-life-balance

Smartschool (of vergelijkbare platformen) wordt massaal gebruikt door tieners uit de derde graad lager (38% minstens wekelijks) en jongeren uit het secundair onderwijs (85% minstens wekelijks). Onderzoek van de Scholierenkoepel³⁷ wees in het najaar van 2023 al uit dat 16% soms **stress** ervaart door de berichtenstroom van smartschool. We zien gelijkaardige cijfers: met de stellingen rond de vervaagde grens tussen thuis en school gaat telkens ongeveer **een kwart** van de jongeren akkoord. Zoals je kan verwachten op basis van het feit dat ze veel minder vaak

schoolplatformen gebruiken, gaan tieners uit het lager onderwijs veel minder vaak akkoord met deze stellingen.

"Ik zit in een nieuwe klasgroep chat op WhatsApp en ik zette mijn 4G aan en ineens kreeg ik 60+ berichten. Dat gaf me toen wel stress, want ik had het gevoel dat ik dat allemaal moest lezen omdat ik niets wilde missen, maar langs de andere kant wilde ik er ook niet zoveel tijd in steken. Ik had toen echt wel FOMO."

Isabeau, 17 jaar



Grafiek 26: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond vervaagde grenzen tussen school en vrije tijd (N=2.113).

³⁷ De stem van 20.000 scholieren, Vlaamse Scholierenkoepel 2023

Tijdverlies, afleiding en focus

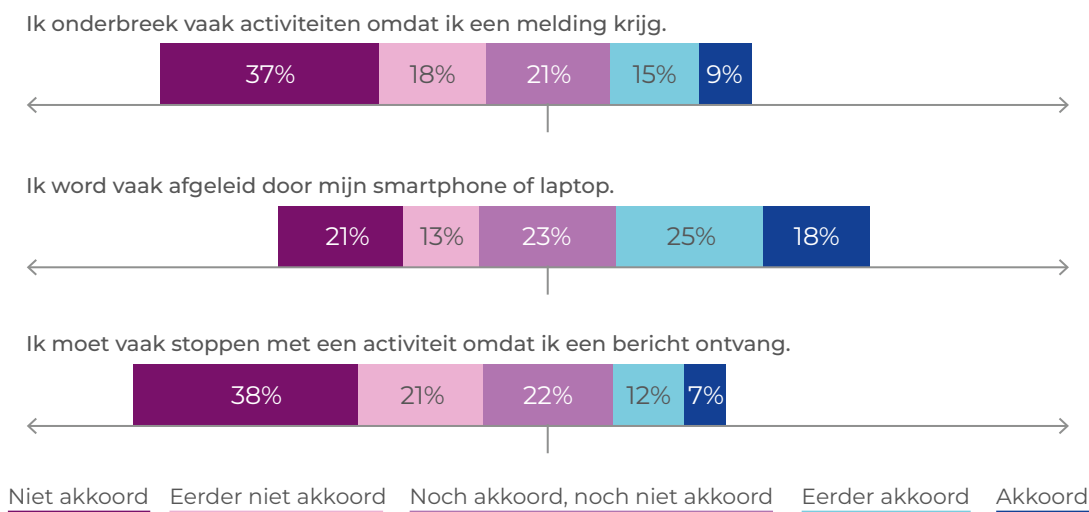
Dat een smartphone een grote bron kan zijn van afleiding, verminderde focus en tijdverlies, weten we ondertussen allemaal uit onze eigen ervaringen. Ook jongeren lijden hieronder: meer dan 4 op de 10 gaat (eerder) akkoord met de stelling dat ze vaak afgeleid worden, terwijl maar een derde hier (eerder) niet mee akkoord gaat. Uit de klasgesprekken blijkt dat ze wel degelijk actie ondernemen om minder op hun smartphone te zitten, al blijken deze niet altijd even efficiënt.

"Ik heb zo een schermtijd ingesteld van 2 uur, maar wanneer ik die melding krijg dan doe ik dat weg en doe ik gewoon verder."

Sabrina, 16 jaar

"Soms ben ik zo van, oké, nu ben ik echt te lang op mijn gsm bezig. Dan leg ik deze aan de kant. En dan ben ik zo van, oké, wat ga ik nu doen? En dan weet ik niet wat te doen, dus pak ik gewoon weer mijn gsm."

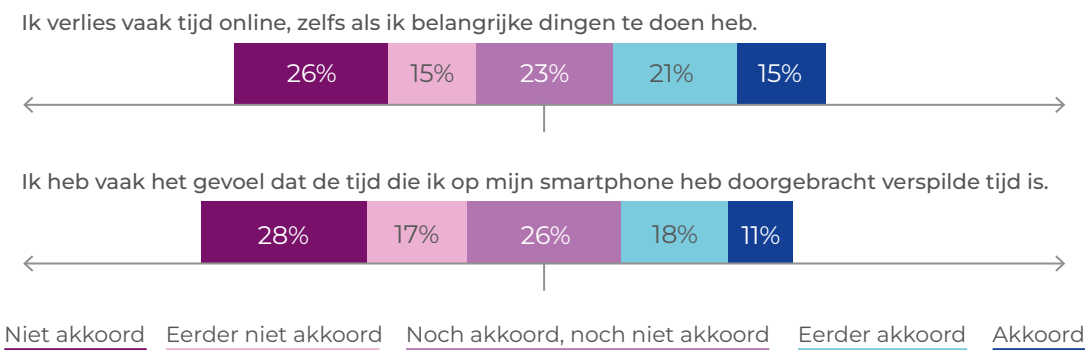
Margot, 16 jaar



Grafiek 27: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond afleiding en focus (N=2.113).

Is de tijd die jongeren online doorbrengen dan ook tijdverlies? Daar krijgen we zowel in de data als in de klasgesprekken heel diverse meningen over. Vier op

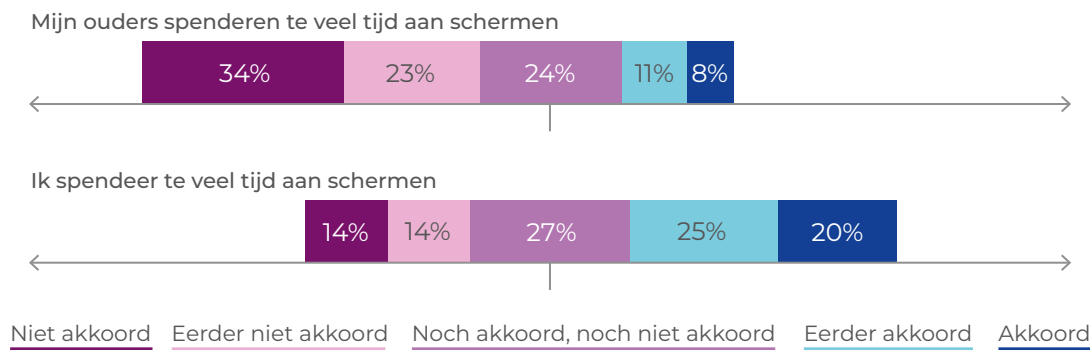
tien gaat hier (eerder) niet mee akkoord, een derde (eerder) wel. Hoe ouder ze zijn, hoe vaker jongeren akkoord lijken te gaan met deze stellingen.



Grafiek 28: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond tijdverlies (N=2.097).

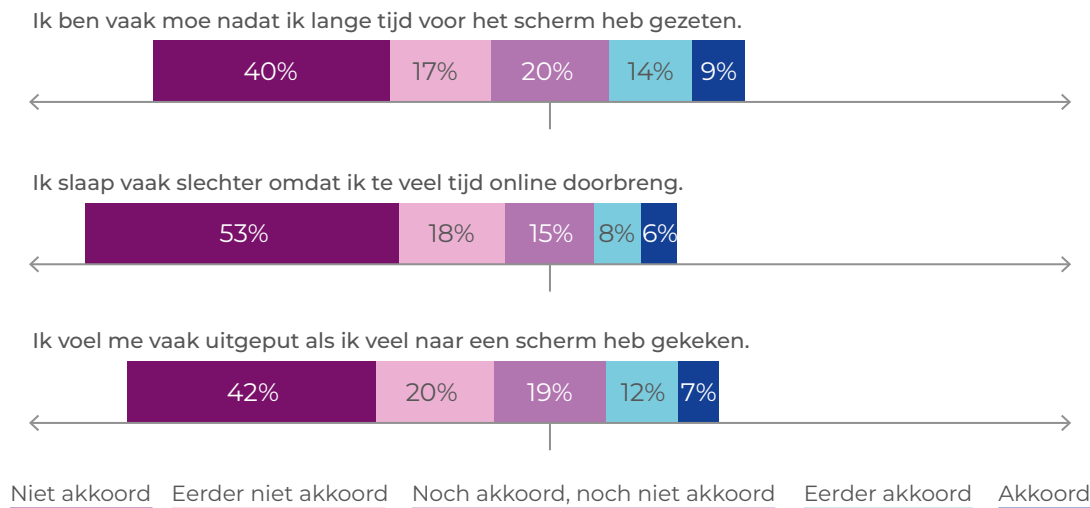
In de context van de afspraken die ze thuis maken, vroe-
gen we de tieners en jongeren of ze van zichzelf en hun
ouders vinden dat ze te veel tijd spenderen aan scher-
men. Voor wat hun ouders betreft gaat 60% daarmee
(eerder) niet akkoord, als het over zichzelf gaat is dat

nog maar 28%. Een derde van de tieners uit de derde
graad lager onderwijs vindt dat ze zelf te veel met scher-
men bezig zijn, bij de jongeren in het middelbaar stijgt
dat aantal tot de helft.



Grafiek 29: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond schermtijd (N=3.416).

Tieners en jongeren maken zich relatief weinig zorgen
over de fysieke impact van hun schermgebruik. Meer
dan de helft van hen gaat niet akkoord met de stel-
ling dat ze slechter slapen omdat ze te veel tijd online
doorbrengen.

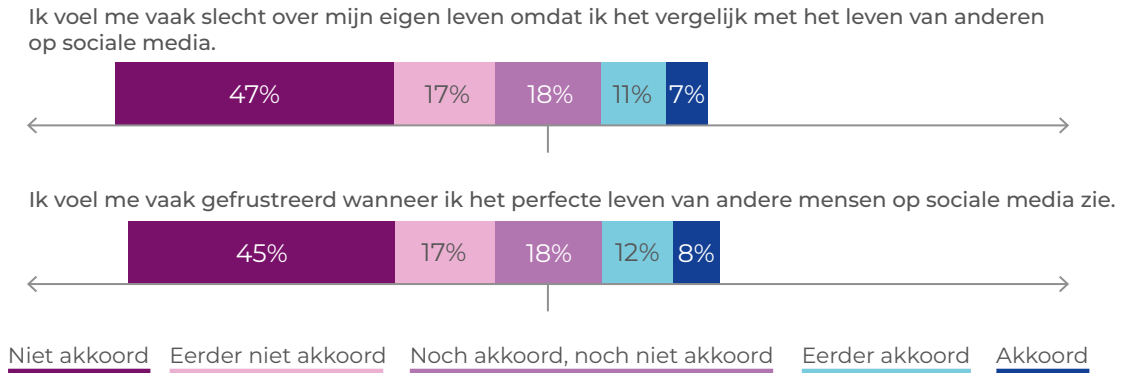


Grafiek 30: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond fysieke klachten (N=2.071).

Negatieve vergelijkingen en interacties

Uit ander onderzoek weten we dat meisjes zich veel vaker online vergelijken met anderen dan jongens, en zich daar ook vaker slecht door voelen. Dit blijkt

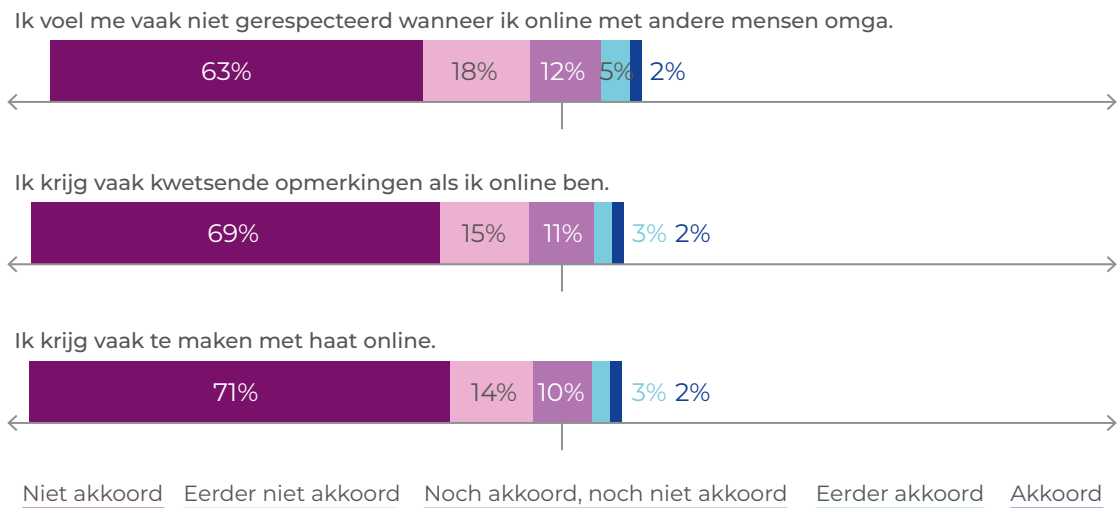
ook uit onze data: op een schaal van 1 (niet akkoord met deze stellingen) tot 5 (akkoord met deze stellingen) scoren meisjes gemiddeld 2,5, terwijl dit bij jongens 1,8 is.



Grafiek 31: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond negatieve sociale vergelijking (N=2.093).

Een zeer grote meerderheid van de tieners en jongeren gaat (eerder) niet akkoord met de stellingen die

we hen voorschotelden rond negatieve sociale interacties (zoals haatspraak en kwetsende opmerkingen).



Grafiek 32: Antwoorden van tieners en jongeren op stellingen rond negatieve interacties (N=2.060).

Ongepaste inhoud

Een filmpje van een kat in een blender, rapper Drake die naakt in bed ligt of rauwe beelden van het conflict in Gaza. Tijdens de klasgesprekken horen we veel voorbeelden van beelden die kinderen en jongeren, vaak ongewild, tegenkomen in hun feed op TikTok en Instagram. Net als vorige editie vroegen we tieners en jongeren in welke mate ze in aanraking komen met dit soort content.³⁸

Belangrijke nuance: kinderen en tieners vinden dergelijke inhouden op het moment zelf wel 'eng' of 'vies', maar ze kunnen het wel een plek geven, al dan niet door een gesprek met de ouders, begeleiders of vrienden. Ze vinden het vooral een verantwoordelijkheid van de platformen dat dergelijke content op tijd verwijderd wordt.

"Als ik zo een enge filmpjes kijk en ik ga dan slapen dan durf ik echt niet meer naar boven te gaan of naar het toilet, want ik heb dat dan in mijn hoofd."

Siebe, 8 jaar

"Ik vind dat het wel aan ons is om dat te rapporteren, maar Instagram of TikTok moet het dan wel echt van de app halen. Zij hebben de eindverantwoordelijkheid wel om zo'n schadelijke beelden te verwijderen."

Serafien, 15 jaar

"Ik vind dat gewoon vies op het moment zelf, maar ik ga daar zeker niet slecht van slapen ofzo."

Barry, 16

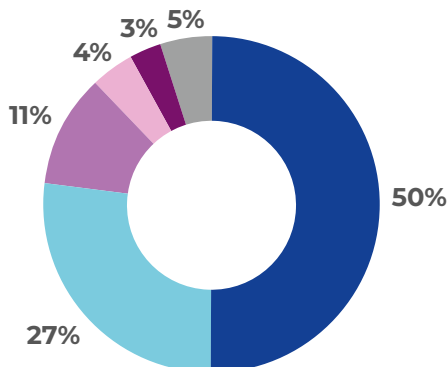
"Ik zie soms wel foto's en filmpjes van de aanslagen in Gaza. Ik vind wel dat dat awareness moet krijgen, maar dat is niet leuk om ineens te zien. Ik vind dat daar een trigger warning voor moet komen."

Mirthe, 15 jaar

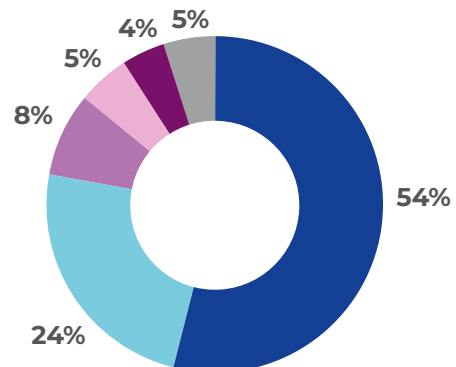
"Altijd als ik een nieuw TikTok account aanmaak zoek ik eerst wat ik wel wil zien en dan kijk ik daar heel veel van en dan komt dat gewoon op mijn for you page en dan krijg ik niet meer zo een enge filmpjes."

Kato, 11 jaar

Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhouden of posts over gemene opmerkingen gericht naar een groep of individu op basis van etniciteit, religie, geaardheid,...?



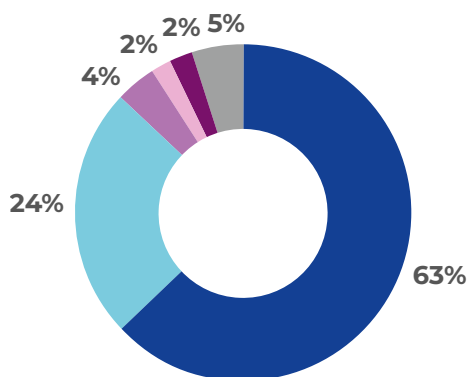
Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhouden of posts over manieren om heel dun en mager te zijn (bv. anorectisch of boulemisch, of "thinspiration")?



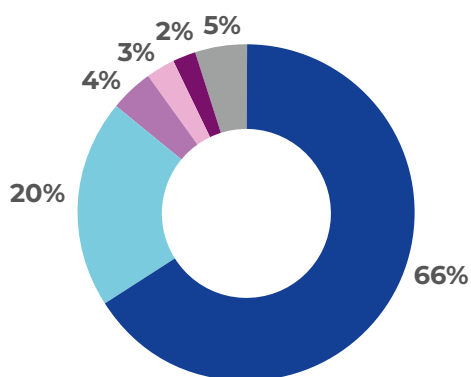
(Bijna) nooit Af en toe 1 tot 3 keer per week
(Bijna) elke dag Meerdere keren per dag Zeg ik liever niet

³⁸ vergelijkingen met de data van 2022 zijn niet zinvol, omdat de antwoordopties licht gewijzigd zijn om ze conform te maken met de andere vragen.

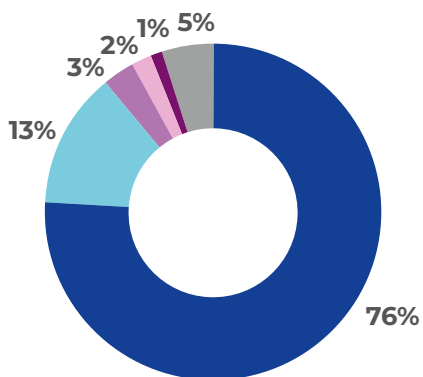
Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhoud en/of posts over mensen die elkaar of dieren pijn doen?



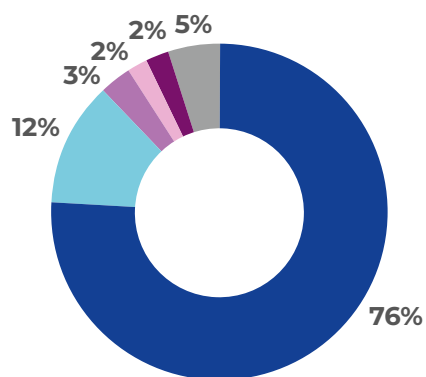
Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhoud en/of posts over manieren om jezelf pijn te doen, bijvoorbeeld jezelf krassen?



Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhoud en/of posts over hoe het voelt om bepaalde drugs te nemen?



Hoe vaak zag je het voorbije jaar online bepaalde inhoud en/of posts over manieren om zelfmoord te plegen?



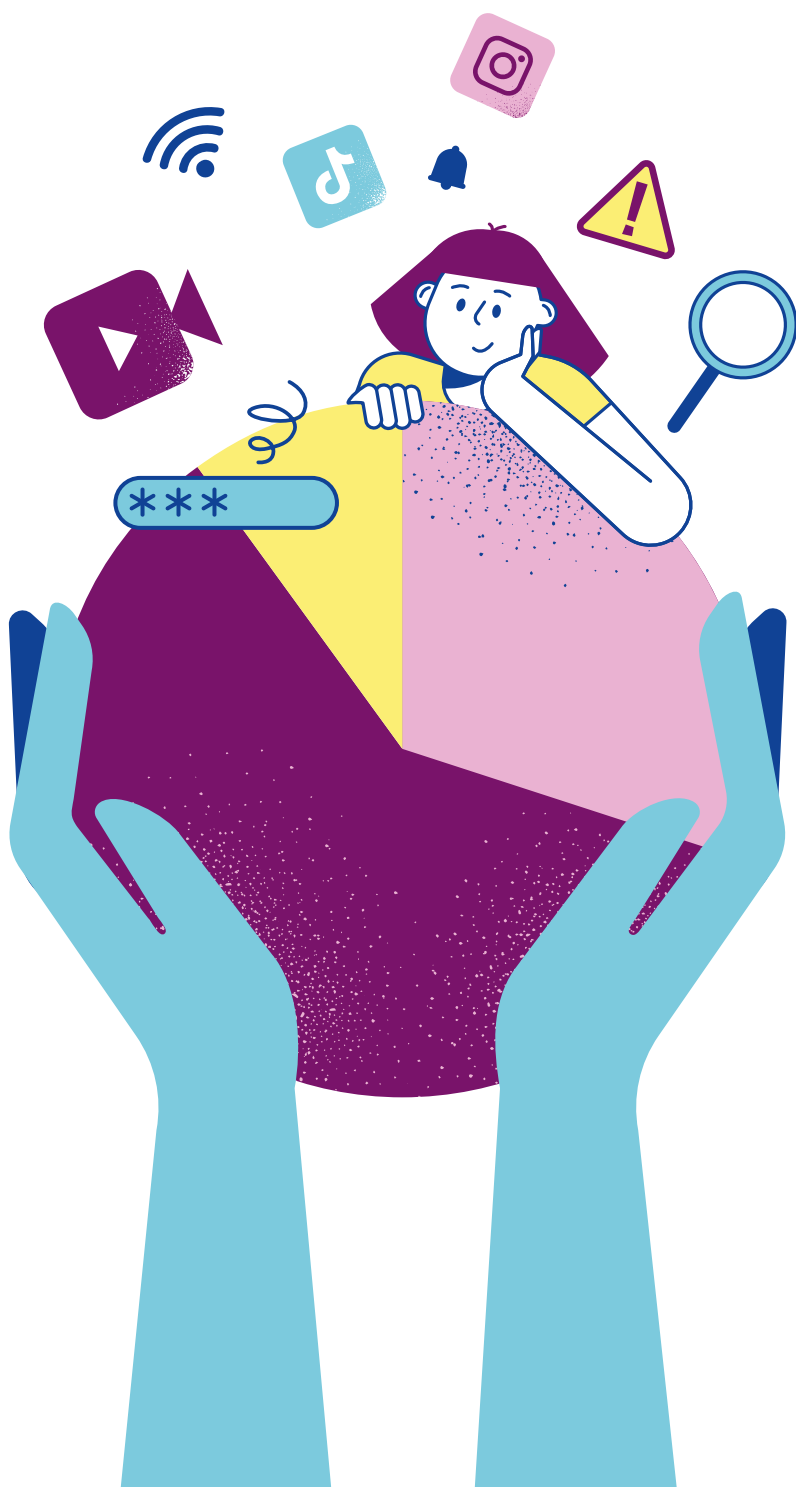
(Bijna) nooit Af en toe 1 tot 3 keer per week
(Bijna) elke dag Meerdere keren per dag Zeg ik liever niet

Grafieken 33-38: Ongepaste inhoud waar tieners en jongeren mee in aanraking komen (N=2188).

Voor alle bevraagde onderwerpen zien we dat minstens de helft van de tieners en jongeren aangeeft hier (bijna) nooit mee in aanraking te komen. Het loont de moeite om ook hier weer te kijken naar opvallende verschillen tussen jongens en meisjes. Over het algemeen kunnen we stellen dat meisjes vaker dergelijke content zien (of er gevoeliger voor zijn dan jongens en dus ook meer rapporteren). De opvallendste verschillen: meisjes (60% bijna nooit) komen vaker schadelijke inhoud tegen die beschrijven hoe je jezelf pijn kan doen dan jongens (76% bijna nooit). Ze zien ook veel vaker inhoud over manieren om heel dun te zijn (40% bijna nooit, tegenover 73% bijna nooit bij jongens).

Moeten we ons zorgen maken?

Globaal genomen lijkt het wel mee te vallen met de zelfperceptie van problemen: de doorsnee jongere ziet zelf niet echt een groot probleem met zijn of haar digitaal welzijn. In de bovenstaande tabellen zie je heel vaak dat jongeren (meestal in grote mate) niet akkoord gaan met negatief geformuleerde stellingen. Dat is een bemoedigende gedachte, omdat mediagebruik vaak geframed wordt als een mogelijke bron van allerlei problemen op fysiek en mentaal vlak. Toch mogen we ons niet blindstaren op cijfers en statistieken: elke jongere die aangeeft zich niet gerespecteerd te voelen online, of vaak kwetsende opmerkingen of haat over zich heen krijgt, is er natuurlijk een te veel.



Conclusies en aanbevelingen

De eerste smartphone en de eerste sociale media

Mediagebruik is alomtegenwoordig, en dat kinderen en jongeren er steeds vroeger aan beginnen is een altijd terugkerende vaststelling in Apenstaartjaren. De cijfers geven dit ook deze editie duidelijk aan, maar verdienen wel wat nuance.

We mogen ons niet blind staren op de leeftijd waarop kinderen hun eerste smartphone krijgen. Vaak wordt een afgedankte smartphone van de ouders in het gezin gebruikt als een extra scherm. Kinderen geven dan misschien aan dat ze een eigen smartphone hebben, maar in de praktijk gebruiken ze die eerder zoals ze de tablet gebruiken om via de wifi filmpjes te kijken en spelletjes te spelen.

Focus niet enkel op wanneer kinderen een smartphone hebben, maar vooral op wanneer ze die volop beginnen te gebruiken zoals jongeren dat doen: volledig geconnecteerd, met sociale media en zonder veel afspraken thuis.

Het aantal kinderen dat een eigen toestel met data-abonnement heeft, neemt geleidelijk aan toe naarmate ze ouder worden. Eens ze in de derde graad zitten, heeft bijna de helft van de kinderen zo'n toestel op zak. In die derde graad zien we een grote tweedeling: een groep kinderen met eigen smartphone, die al volop gebruikmaakt van allerlei sociale media (hoewel ze te jong zijn om een eigen account te mogen hebben) en een groep kinderen die nog geen smartphone heeft en daar ook geen gebruik van maakt.

We blijven vaststellen dat er in de lagere school vrij weinig aandacht is voor mediagebruik en er weinig les gegeven wordt over mediawijsheid. De “early majority”

van kinderen die vroeg hun smartphone en sociale media beginnen te gebruiken, krijgt dus nog maar heel weinig digitale en mediawijsheid aangereikt. Dit blijft een groot aandachtspunt.

In het lager onderwijs moeten we zoeken naar effectieve manieren om rond mediawijsheid te werken bij een zeer heterogene groep kinderen en tieners: sommigen zijn al helemaal bezig met sociale media op hun smartphone, anderen beginnen daar pas mee aan het eind van het zesde leerjaar of bij de start in het eerste middelbaar.

De “late majority” krijgt hun smartphone bij de overgang naar het secundair onderwijs. In het eerste trimester hebben bijna alle jongeren uit het eerste middelbaar hun eigen toestel op zak, de grote meerderheid gebruikt dan ook volop alle social media kanalen. In de vorige editie zagen we dat tieners uit de derde graad lager onderwijs massaal platformen als TikTok en Instagram begonnen te gebruiken. Nu zien we die transitie naar sociale media vooral in de eerste graad secundair onderwijs.

In onze gesprekken met kinderen en jongeren zien we hiervoor een aantal mogelijke verklaringen. Ze geven vaker aan zelf behoefte te hebben aan digitale balans. Dit zou kunnen wijzen op een behoefte aan digitaal ontkoppelen, een groter bewustzijn bij ouders rond het mediagebruik van hun kroost of een positieve impact van regulering van platformen.

Het loont de moeite om verder te onderzoeken of en waarom tieners iets later aan sociale media lijken te beginnen, en de onderliggende dynamieken verder in kaart te brengen.

Media-opvoeding thuis en op school

Op het vlak van media-opvoeding zien we een interessante paradox opduiken: kinderen en jongeren praten thuis vrij weinig met hun ouders over hun mediagebruik, zijn relatief tevreden over de afspraken die ze met hun ouders maken en kunnen in grote mate bij hun ouders terecht als ze problemen hebben met digitale media. Daartegenover staat dat ze op school vrij veel les krijgen over media terwijl ze vaak aangeven dat ze zich bij de onderwezen topics niet veel vragen stellen. Bovendien hebben ze slechts zelden het gevoel bij hun leerkrachten terecht te kunnen.

Dit roept allerlei vragen op: hoe kunnen we de gepercipieerde zinvolheid van lessen over mediawijsheid verhogen? Moeten en kunnen we ouders meer stimuleren om

met hun kroost over digitale media in gesprek te gaan? En hoe kunnen we ervoor zorgen dat 10% van de kinderen en jongeren die bij problemen rond cyberpesten, sexting of online veiligheid bij niemand terecht kunnen, wel een aanspreekpunt krijgen?

We moeten blijven inzetten op een klimaat van vertrouwen en empathie waarin volwassenen (ouders, leerkrachten, opvoeders en begeleiders in informele contexten zoals het jeugdwerk) met kinderen en jongeren goede gesprekken kunnen voeren. Daarnaast moeten we er nog beter voor zorgen dat beschikbare jeugdinformatiekanalen en hulplijnen goed bekend zijn bij alle jongeren.

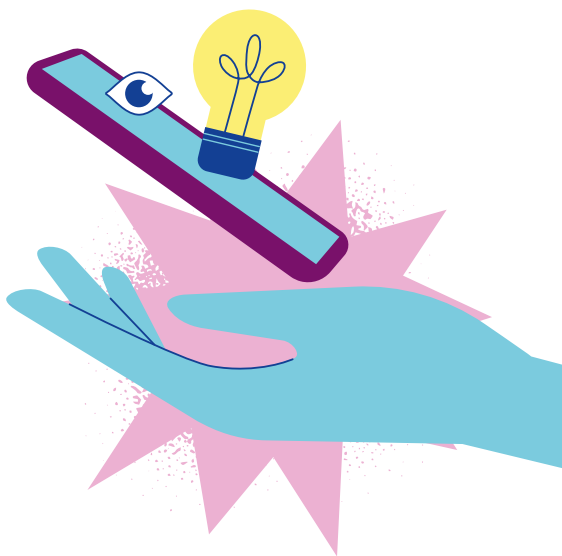
Deprivatie

Vaak lees je in dit rapport significante verschillen tussen groepen kinderen en jongeren op basis van hun leeftijd, soms op basis van gender, thuistaal, nationaliteit en onderwijstype. Je kan helaas ook vaak lezen dat de materiële deprivatiescore van kinderen en jongeren een sterke voorspeller is van toestelbezit, mediagebruik en mediaopvoeding.

Kinderen en jongeren die opgroeien in een financieel moeilijke situatie beleven media anders dan hun leeftijdsgenoten. Ze gebruiken minder toestellen en hebben veel minder vaak eigen toestellen en goed werkend internet. Ze zijn dan wel weer iets jonger als ze hun eigen smartphone krijgen, maar maken minder afspraken thuis over het gebruik ervan. Ze volgen minder nieuws, maar maken gebruik van meer verschillende apps.

We moeten erover waken dat de bestaande initiatieven en materialen rond mediawijsheid en mediaopvoeding ook goed bereikbaar zijn voor kinderen en jongeren die in een (financieel) kwetsbare context opgroeien. In onze steekproef zien we dat zij zich vaak in het buitengewoon onderwijs, de arbeidsmarktfinaliteit binnen het gewoon onderwijs, of stedelijke contexten bevinden.

Scholen, organisaties en initiatieven die zich richten op kinderen en jongeren die in een financieel kwetsbare context opgroeien, kunnen nog extra steun gebruiken op het vlak van mediawijsheid.



Een halfvol of halfleeg glas?

Wat opvalt is dat er op het vlak van thema's als nieuws, sexting, cyberpesten en andere geen écht grote verschuivingen zijn ten opzichte van vorige edities. We zien bij veel van de bevraagde onderwerpen gelijkaardige resultaten. Deze zijn niet altijd makkelijk te interpreteren: is het goed nieuws dat maar 82% van de jongeren nog nooit een gehackt account heeft gehad? Of moeten we ons zorgen maken dat 1 op de 7 jongeren al eens gehackt geweest is, ook al bestaan hun mailadressen waarmee dat gebeurt helemaal nog niet zo lang, waardoor ze nog niet vaak in grote datalekken kunnen zijn opgedoken?

We schuiven graag twee complementaire conclusies naar voren. De cijfers tonen enerzijds duidelijk aan dat we het mediagebruik van kinderen en jongeren niet altijd moeten of mogen problematiseren. We krijgen vaak een

Het digitaal welzijn

We peilden naar het digitaal welzijn van kinderen en jongeren op verschillende gebieden die elk hun eigen aanpak vragen. Als een kwart tot een derde van de jongeren klaagt over afleiding en tijdverlies, moet ook de techindustrie hierop aangesproken worden. De media zelf (businessmodellen die gebaseerd zijn op aandachtseconomie, gebrek aan verantwoordelijkheidszin bij technologiebedrijven op het vlak van desinformatie of de bescherming van integriteit) maar ook de context waarin jongeren zich bevinden (bv heldere smartphonepolicy op scholen) moeten aangepakt worden, niet zozeer het individuele gedrag van de jongeren (bv rond balans in schermtijd).

Digitaal welzijn is een gedeelde verantwoordelijkheid van heel veel verschillende actoren. Het is een collectief probleem dat niet altijd door individuele acties of veranderingen valt op te lossen.

Problemen als slaapttekort door smartphonegebruik en andere fysieke ongemakken zijn dan weer wel issues die op persoonlijk vlak moeten worden aangepakt en dus mee door ouders en opvoeders moeten worden opgeno-

positief beeld over hoe jongeren bijvoorbeeld interesse tonen voor nieuws en een kritische houding kunnen aan-nemen.

Anderzijds zien we geen enkele reden om op de lauweren te gaan zitten of om gas terug te nemen op het vlak van mediawijsheid: op bevroagde stellingen rond bijvoorbeeld cyberpesten is het helemaal niet wenselijk dat er zelfs maar 1% aangeeft een probleem te hebben, omdat fundamentele kinderrechten in het gedrang kunnen zijn.

Als het gaat om de fysieke integriteit, de veiligheid of privacy van kinderen en jongeren, moeten we streven naar 0 incidenten, zoals we het ook onaanvaardbaar vinden dat kinderen en jongeren slachtoffer zijn van een verkeersongeval.

men. Rond een aantal problemen is de groep jongeren die er last van heeft zeer klein, maar de gevolgen zijn zeer groot. Hier moeten we zeker ook preventief werken met ouders, omstanders en slachtoffers.



Focus op kinderen en jongeren

Op veel vlakken zien we een logische samenhang tussen wat we uit Apenstaartjaren (tot 18 jaar) leren en wat we in Digimeter (vanaf 18 jaar) kunnen ontdekken over het mediagebruik van Vlamingen. Vanaf de tweede graad in het secundair onderwijs is het toestelgebruik en de mediaconsumptie van jongeren zeer gelijkaardig als bij volwassenen. Dat is belangrijk om in het achterhoofd te houden als we bepaalde aspecten van mediagebruik problematiseren: het gaat vaak niet alleen om dingen die exclusief tot het domein van kinderen en jongeren behoren. Ook volwassenen worstelen met digitale balans, zijn het slachtoffer van cybersecurity-problemen en laten zich vangen aan desinformatie.

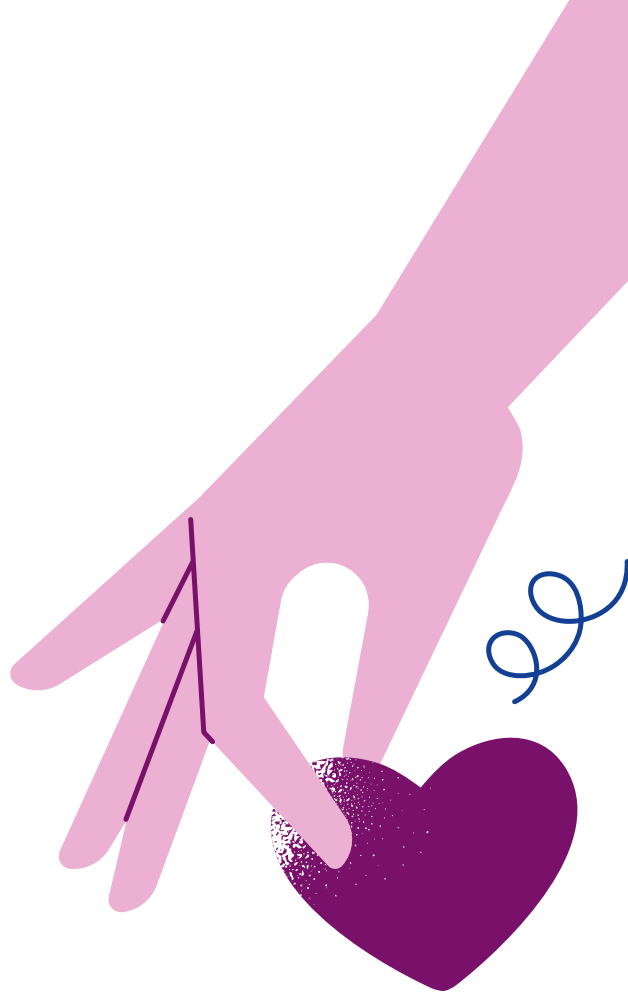
We moeten kansen blijven grijpen om kinderen en jongeren in hun opvoeding en een krachtige leeromgeving op school te leren omgaan met de uitdagingen van digitale media.

Het massale gebruik van digitale media en de razendsnelle doorbraak van nieuwe technologieën als generatieve AI plaatst ons voor een aantal brede maatschappelijke uitdagingen. Bijzondere aandacht voor kinderen en

jongeren (en dan zeker zij die in een kwetsbare context opgroeien) is nodig en is het meest effectief als dit op twee verschillende, maar complementaire manieren gebeurt:

- bescherming als het gaat over de zaken waar de integriteit of de rechten van kinderen en jongeren in het gedrang komen.
- tegelijk de kansen grijpen om kinderen al van jongs af aan mee te pakken in een kritische houding ten opzichte van media en technologie.

Om met een metafoor te eindigen: we willen graag dat kinderen kunnen blijven spelen. Als het vriest en sneeuwt, houden we ze niet binnen. We geven ze een sjaal, muts en handschoenen. Het klimrek in een speeltuin breken we niet af omdat kinderen kunnen vallen, we plaatsen het in een zandbak omdat we weten dat ze gaan vallen. We hopen je te hebben kunnen inspireren en motiveren om kinderen en jongeren in een dergelijke beschermde context digitale media in al haar facetten te laten ontdekken.



Colofon

Apenstaartjaren is een initiatief van Mediaraven en Mediawijs, in samenwerking met de onderzoeksgroep mict, verbonden aan imec en UGent en Link in de Kabel. WAT WAT is partner van de studiedag. Voor het kwantitatieve en kwalitatieve luik konden we rekenen op de steun van DNS Belgium en samenwerken met Bib Zonder Grenzen/Bibliothèques Sans Frontières.

Coördinatie onderzoek en redactie rapport:

Hadewijch Vanwynsberghe (Mediawijs)
en Joos Callens (Mediaraven)

Datacleaning en -analyse:

Hanne Peeters (imec-mict-UGent)

Lay-out en illustraties: Ruimle

Onderzoeksteam kwantitatieve studie

- Mediawijs: dr. Hadewijch Vanwynsberghe, Keanu Verstraeten, Sarah Six, Fé Verrelst.
- imec-mict-UGent: dr. Kristin Van Damme, Hanne Peeters, Stephanie D'haeseleer, Janneke (M.) Schokkenbroek, dr. Marijn Martens, Robbe Sevenhant, prof. dr. Mariek Vanden Abeele, prof. dr. Koen Ponnet
- Mediaraven: Joos Callens

Onderzoeksteam kwalitatieve studies

- Mediawijs: dr. Hadewijch Vanwynsberghe, Keanu Verstraeten, Sarah Six en Fé Verrelst
- imec-mict-UGent: dr. Kristin Van Damme, Hanne Peeters, Elodie Devos
- Mediaraven: Joos Callens, Tippen Dombrecht
- Bib Zonder Grenzen/Bibliothèques Sans Frontières: Justine Cocset, Briec Tollenaere
- Link in de Kabel: Charlotte Schreuer

Explainer-video

- Mediaraven: Thibaut De Groote, Inge Verschate, Stien Fieremans, Mbo Talpe, Zannard Vandecasteele en Neil Vancotthem
- Met dank aan Luiz, Willem, Clara, Felix, Chloé, Liza, Natacha, Evert-Jan, Noa, Ayame en hun ouders.
- Voice-over: Mieke Meskens

Dit rapport werd geschreven met input van: Davy Nijs (Mediawijs), Bert Pieters (Mediawijs), Karen Linten (Mediawijs), Caro Goossens (Mediawijs), Margot Lannoo (Mediaraven), Annelies Decraene (Mediaraven), Arnaud Recko (DNS Belgium), Kathleen Buffels (DNS Belgium), Hilde Van Bree (DNS Belgium), Niels Van Paemel (Child-focus), dr. Marijn Martens (imec-mict-UGent), Stephanie D'Haeseleer (imec-mict-UGent)

Grote dank aan de leerlingen, leerkrachten en directies van de scholen die meewerkten aan deze editie van het onderzoek. Zonder jullie was dit onderzoek niet mogelijk!

Blijf je graag op de hoogte van nieuws en evenementen rond Apenstaartjaren?

Schrijf je dan in op de nieuwsbrief, via apenstaartjaren.be. Wil je graag een lezing op maat, een presentatie met de belangrijkste aanbevelingen, een workshop of vorming voor leerlingen of leerkrachten of meer info voor ouders? Je vindt vast wat je zoekt op mediaraven.be, mediawijs.be of medianest.be

Met extra vragen over het onderzoek kan je terecht op info@apenstaartjaren.be

Facebook: [/apenstaartjaren](https://www.facebook.com/apenstaartjaren)

X: [@apenstaartjaren](https://twitter.com/apenstaartjaren)

Instagram: [@apenstaartjaren](https://www.instagram.com/apenstaartjaren)

Parallel met Apenstaartjaren liep in de context van Betternet ook het #Génération2024 onderzoek door Média Animation en de Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias.

Benieuwd naar de resultaten voor Franstalig België? Neem dan zeker een kijkje op www.generation2024.be

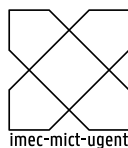
Verwijzing naar het onderzoek: Vanwynsberghe, H., Van Damme, K., Peeters H., D'haeseleer, S., Schokkenbroek, J.M., Martens, M., Sevenhant, R., Vanden Abeele, M., Ponnet, K., Callens, J., Schreuer, C. (2024). Onderzoeksrapport Apenstaartjaren: *de digitale leefwereld van kinderen en jongeren*. Mediaraven.





 **mediawijs**

 **mediaraven**



medicpunt



 **Betternet**

dnsbelgium

 **imec**



 **Vlaanderen**
verbeelding werkt

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Met de steun van de Vlaamse overheid.

Wettelijk depotnummer D/2024/15463/01

Verantwoordelijke uitgever: Annelies Decraene, Mediaraven, Smidsestraat 130, 9000 Gent.

