



DE DIGITALE LEEFWERELD VAN JONGEREN



VOORWOORD

Hoe gebruiken Vlaamse jongeren digitale media? Voor de achtste keer al is dit de centrale vraag van het tweejaarlijkse Apestaartjarenonderzoek van Mediaraven, Mediawijs en de onderzoeksgroep imec-mict (UGent). Met dit rapport geven we je graag inzicht in welke toestellen jongeren hebben, hoe ze die gebruiken en hoe ze zich gedragen in de digitale wereld.

Jong zijn in de 2020s betekent dat een groot stuk van je leefwereld digitaal is. Dat is geweldig fijn, omdat die digitale media allerlei deuren openzetten om de wereld te verkennen. Soms is het spannend, omdat er problemen opduiken waar niemand goed raad mee weet. Wie met kinderen en jongeren werkt, kan dus maar beter snappen hoe digitale media in elkaar zitten. Om jongeren sturing te geven waar nodig, maar misschien vooral om hen ook in alle vertrouwen los te kunnen laten en jong te laten zijn.

Dit rapport is een samenvatting van de vele cijfers en inzichten die we verzamelden. Hier en daar verwijzen we naar meer materiaal op de apestaartjaren-website. Daar vind je ook een reeks video's waarin kinderen en jongeren zelf uitleggen hoe ze digitale media gebruiken en ervaren.

Veel leesplezier en inspiratie gewenst. Mocht je nog met vragen zitten, laat dan gerust iets weten via info@apestaartjaren.be. We denken graag met je mee.

INHOUD



06
METHODOLOGIE

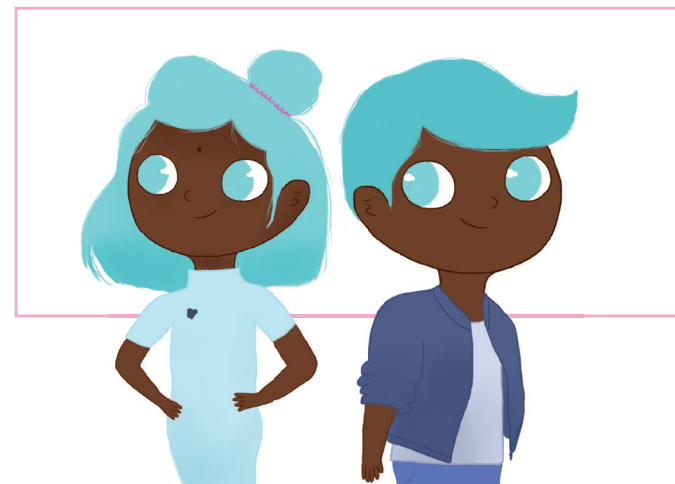
08
WAT ZE HEBBEN EN GEBRUIKEN

12
WAT ZE DOEN

21
HOE ZE ZICH GEDRAGEN

36
PROFIELEN

52
HOE ZIT 'T NU?



METHODOLOGIE



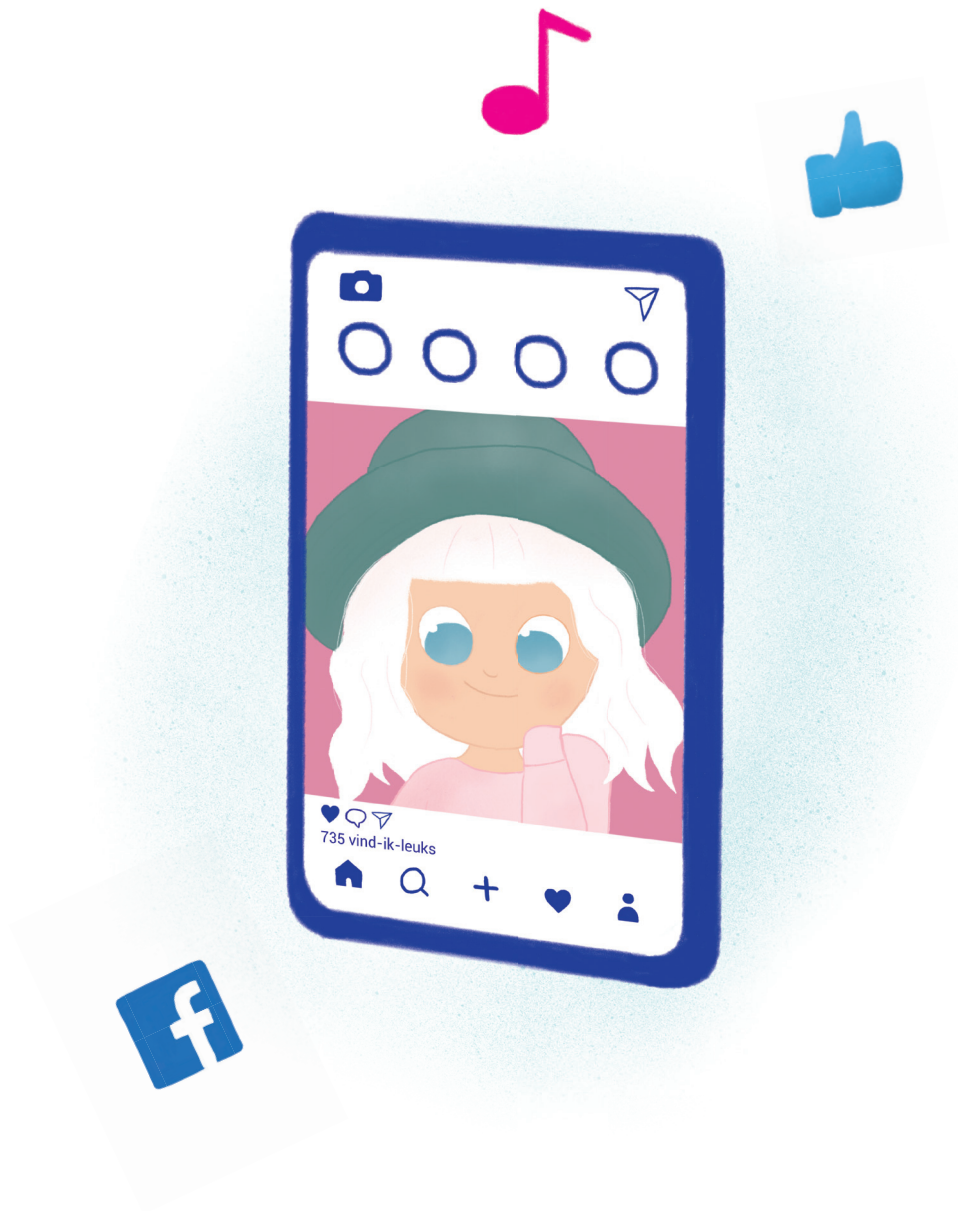
Net zoals bij de vorige edities, namen we in klasverband een bevraging af die polste naar mediagebruik en -bezit, privacy, sexting, cyberpesten, online activisme en nieuwsgebruik. Vervolgens verwerkte de onderzoeksgroep imec-mict van Universiteit Gent de resultaten. Deze editie namen er nog meer jongeren deel dan twee jaar geleden. In oktober en november 2019 vulden 4255 jongeren uit het secundair onderwijs de online vragenlijst in. We benoemen hen in het rapport consequent als jongeren.

Alle respondenten vulden de vragen over mediabezit en -gebruik in. De overige topics werden random opgesplitst onder de deelnemende jongeren.

Rekening houdend met de officiële cijfers van het Vlaamse Ministerie voor Onderwijs is deze steekproef representatief voor de Vlaamse jongeren op vlak van geslacht, graad en opleidingstype. De antwoorden werden gewogen op deze drie parameters om de representativiteit verder te optimaliseren.

Los van de wegingscriteria zorgden we bij de selectie van deelnemers voor een evenwichtige verdeling tussen landelijk en stedelijk gelegen scholen. 22% van de deelnemende jongeren spreekt thuis een andere taal dan Nederlands, wat gelijk loopt met de cijfers rond thuistaal in het secundair onderwijs.

De resultaten omtrent gamen zijn niet opgenomen in dit onderzoeksrapport. In het najaar van 2020 worden deze voorgesteld in het kader van de Weetewa vlogwedstrijd (www.weetewa.be).



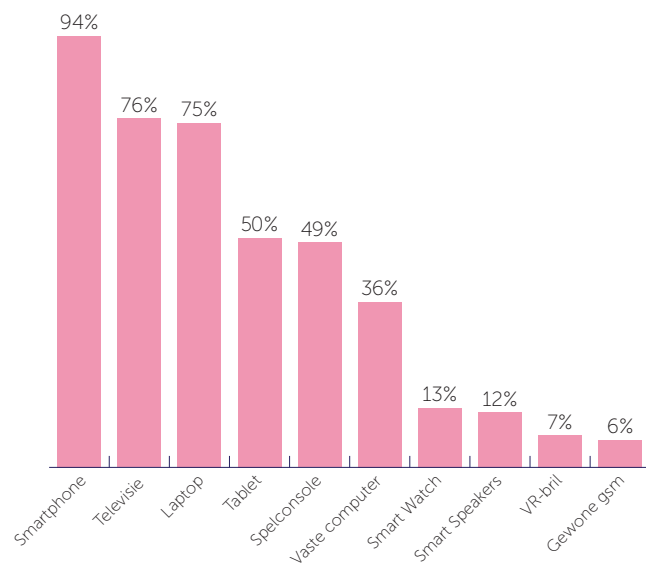
WAT ZE HEBBEN EN GEBRUIKEN



IEDEREEN SMARTPHONE?

Kinderen uit de lagere school hebben vaak een eigen tablet, jongeren uit de middelbare school hebben bijna allemaal een **eigen smartphone**. 93% van de jongeren heeft een smartphone in zijn of haar broekzak zitten, terwijl slechts 34% van de jongeren een eigen tablet heeft (in vergelijking met 58% van de kinderen).

Dat vertaalt zich ook in het gebruik van mediatoestellen: de smartphone staat met stip op één, gevolgd door televisie, laptop, tablet en spelconsole. Het valt dus op dat als jongeren ouder worden, ze de populaire tablet uit hun kindertijd minder gebruiken.



Staafdiagram: Welke van onderstaande toestellen gebruik je wel eens zelf?

87% van de jongeren uit de eerste graad secundair onderwijs heeft een eigen smartphone. Dat aandeel neemt toe tot 97% bij jongeren uit de derde graad. Vraag je aan jongeren hoe oud ze waren toen ze hun eerste toestel kregen, dan kom je op een gemiddelde uit van 11 jaar en 1 maand. Dit ligt al bijna een jaar lager dan in het onderzoek van 2 jaar geleden. Opvallend is dat als je dezelfde vraag aan kinderen stelt, je uitkomt op een **gemiddelde leeftijd van 9 jaar**. De leeftijd waarop kinderen hun eerste smartphone krijgen, daalt dus zeer snel.

	EIGEN SMARTPHONE	LEEFTIJD EERSTE SMARTPHONE
1e jaar	86%	10,2
2de jaar	90%	10,4
3de jaar	93%	11,0
4de jaar	96%	11,3
5de jaar	96%	11,6
6de jaar	98%	11,8
7de jaar	98%	11,7

Tabel: Heb je een eigen smartphone en hoe oud was je toen je die voor het eerst had?



lets meer dan de helft van de jongeren heeft een **iPhone**, aangezien 51% van hun smartphones iOS als besturingssysteem heeft. De meeste andere toestellen draaien op **Android** van Google (44%). Slechts 11% van de jongeren gebruikt een tweedehandstoestel, de rest beschikt over een nieuw aangekochte smartphone. Oude smartphones worden vooral bewaard als reservetoestel. De **technische eigenschappen** (77%), **prijs** (61%) en het **merk** (53%) zijn de belangrijkste factoren die een rol spelen wanneer jongeren een smartphone kopen. Advies van ouders (18%), experts in de winkel (16%) en experts op sociale media (8%) speelt veel minder een rol.

IN 'T KORT.

Of ze nu 12 of 18 zijn, aso, bso, kso of tso volgen, thuis Nederlands spreken of niet, de conclusie blijft helder: bijna alle Vlaamse jongeren hebben en gebruiken intensief een eigen smartphone. De leeftijd waarop ze die smartphone krijgen, neemt in snel tempo af: waar de overgang naar het secundair vroeger het logische scharnierpunt was om de tablet te ruilen voor de telefoon, is dat nu eerder het vierde leerjaar aan het worden.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/bezit

GEBRUIK AFHANKELIJK VAN DE DAG

De meerderheid van de jongeren heeft dus een eigen **smartphone** en zowel op een vakantiedag of schooldag is dit hun meest gebruikte toestel. Op een gewone schooldag gebruikt bijna de helft van de jongeren hun toestel één à vier uur per dag. Zoals te verwachten ligt dat gebruik op een vakantiedag hoger met meer dan vier uur per dag voor 54% van de jongeren.

Ook de **televisie** zorgt voor afleiding op een vrije dag. Bijna 40% van de jongeren hangt dan één à vier uur in de zetel. 16% van de jongeren kijkt meer dan vier uur. Op een gewone schooldag daarentegen kijken er slechts 5% van de jongeren meer dan vier uur naar televisie, terwijl



een derde van hen dan één à vier uur voor de buis hangt. Ook voor een **spelconsole** zien we een stijgend gebruik op een vrije dag. 28% van de jongeren gamet meer dan vier uur op een vrije dag.

Gebruik	SCHOOLDAG			VRIJE DAG		
	< 1 uur	1 - 4 uur	> 4 uur	< 1 uur	1 - 4 uur	> 4 uur
Smartphone	13%	49%	36%	8%	36%	54%
Televisie	35%	32%	5%	25%	38%	16%
Laptop	24%	22%	7%	21%	22%	15%
Spelconsole	15%	22%	9%	15%	28%	28%

Tabel: Hoe vaak gebruik je onderstaande toestellen op een gemiddelde schooldag of vrije dag? (Bevraagd onder wie dit toestel gebruikt).

IN 'T KORT.

Zoals te verwachten gebruiken jongeren hun toestellen op een vrije dag meer dan op een schooldag. De smartphone is altijd en overal het meest gebruikte toestel. Op een vrije dag grijpt de jeugd meer naar een variatie aan mediatoestellen. Ze kijken dan meer televisie en gamen langer.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/gebruik



WAT ZE DOEN



JONGEREN PRATEN MET ELKAAR

Sociale media blijven zeer belangrijk voor jongeren. Zowel in de zoektocht naar hun **identiteit** als bij hun **(vriendschaps)relaties**.

YouTubers en Instagrammers

Het gebruik van social media door jongeren verandert snel. **YouTube** en **Instagram** blijven zeer populaire kanalen en hun aantal gebruikers blijft stijgen ten opzichte van 2018. 89% van de jongeren gebruikt Youtube minstens wekelijks en 86% onder hen gebruikt evenveel Instagram.

"IK DENK DAT IK TOCH WEL EEN UUR OF TWEE PER DAG OP INSTAGRAM DOORBRENG, ZOWEL OM FILMPJES TE CHECKEN OVER SKATEN OF VOETBAL OF OM MIJN VRIENDEN TE VOLGEN."
(MAARTEN, 17)

Onder de YouTube- en Instagram-gebruikers zien we een behoorlijk gelijke verdeling volgens de leeftijd van de jongeren.

Facebook stond de vorige editie nog op kop maar kent nu een forse daling. In 2018 gebruikte 82% van de jongeren Facebook minstens één keer per maand.

In deze editie hebben we de bevraging verder opgesplitst. Vandaag gebruikt nog 37% van de jongeren Facebook minstens wekelijks. Vooral bij jongeren uit derde graad is dit nog een veel gebruikt medium: 66% van de jongeren uit de derde graad gebruikt minstens wekelijks dit platform. Het valt op dat 30% van de jongeren Facebook nog nooit gebruikte, in vergelijking met 12% in 2018.

"FACEBOOK GEBRUIK IK WEL MEER DAN INSTAGRAM. IK DOE EEN VAKANTIEJOB BIJ KINDJES MET EEN BEPERKING EN DE ORGANISATIE POST DAAR DAN DINGEN OP, ZOALS VANAVOND IS 'T VERGADERING OM ZES UUR. ALS JE DAT NIET WEET BEN JE OOK NIET OP DIE VERGADERING HÉ."
(JAMIE, 18)

Terwijl **TikTok** populair is bij kinderen (44%), gebruikt slechts 28% van de jongeren dit kanaal minstens wekelijks. Vooral bij de jongere bevrageerden is dit nog populair. Een kleine helft van de jongeren uit de eerste graad gebruikt TikTok minstens wekelijks (41%). Naarmate ze ouder worden daalt het aantal tot 18% gebruikers in de derde graad.

Pinterest (19%), **Twitter** (14%) en **Discord** (13%) kennen een kleiner aantal jonge gebruikers. Twitter wordt opvallend meer gebruikt bij jongeren in de derde graad. Amper 6% van de jongeren uit de eerste graad twittert minstens wekelijks, tegenover 24% in de derde graad.

Tussen jongeren die thuis wel of geen Nederlands spreken, is er amper een verschil in hun socialemediagebruik. Wat wel opvalt, is dat jongeren die thuis Nederlands spreken vaker Facebook gebruiken.



"IK ZOU ZEGGEN DAT IK INSTAGRAM EN SNAPCHAT GEBRUIK. ALS IK MIJ ECHT VERVEEL IS HET EEN AUTOMATISME GEWORDEN OM OP SOCIALE MEDIA TE CHECKEN WAT MENSEN AAN HET DOEN ZIJN. FACEBOOK GEBRUIK IK WEL ECHT. DAAR SCHRIJF IK MIJN MENING OF HELP IK ANDERE MENSEN."
(LUCA, 16)

	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
YouTube	87%	92%	91%
Instagram	78%	92%	90%
Facebook	13%	33%	66%
TikTok	41%	27%	18%
Twitter	6%	12%	24%
Skype	17%	17%	31%

Tabel: Minstens wekelijks gebruikt

Versnipperde communicatie

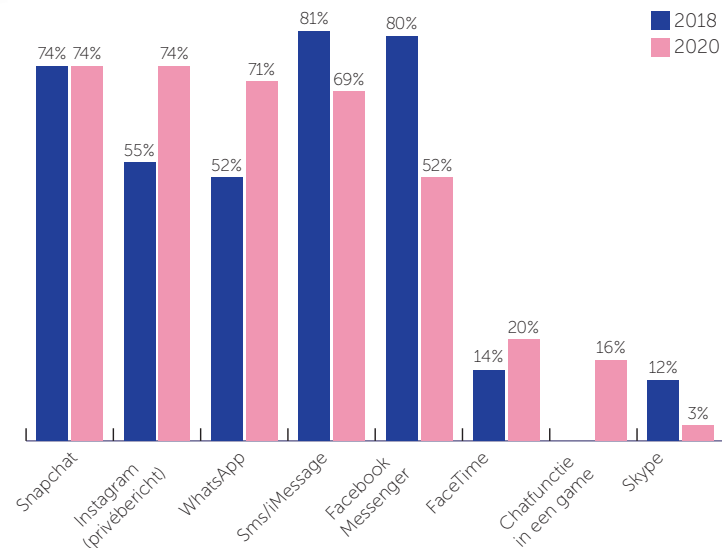
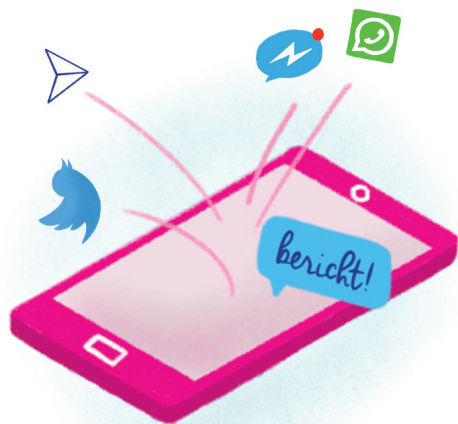
Contact houden met vrienden is heel belangrijk voor onze jongeren. Ze hechten in hun jonge leven **veel belang aan vriendschappen**. Hun smartphone biedt hen hiervoor veel mogelijkheden.

In de communicatiekanalen is er een grote ommezwaai in vergelijking met het vorige onderzoek. 74% communiceert hoofdzakelijk via **Snapchat** of privéberichten via **Instagram**. Vooral Instagram maakt hiermee een grote sprong voorwaarts. Van 55% in 2018 naar bijna driekwart in 2020. Communiceren via Snapchat blijft even populair als in 2018. Maar vandaag zijn Snapchat en Instagram met deze cijfers wel de belangrijkste communicatiekanalen.

WhatsApp, waarmee 71% van de jongeren communiceert, volgt deze apps op de voet en stijgt fors in vergelijking met 2018 (52%).

De **sms** doet troonsafstand. Waar in 2018 nog 81% van de jongeren sms'te, is dat nu nog 69%. Ook voor Facebook Messenger stellen we hetzelfde scenario vast. De helft van de jongeren gebruikt momenteel **Facebook Messenger** voor persoonlijke communicatie, terwijl dit in de vorige editie nog door een ruime meerderheid van jongeren werd gebruikt (80%).

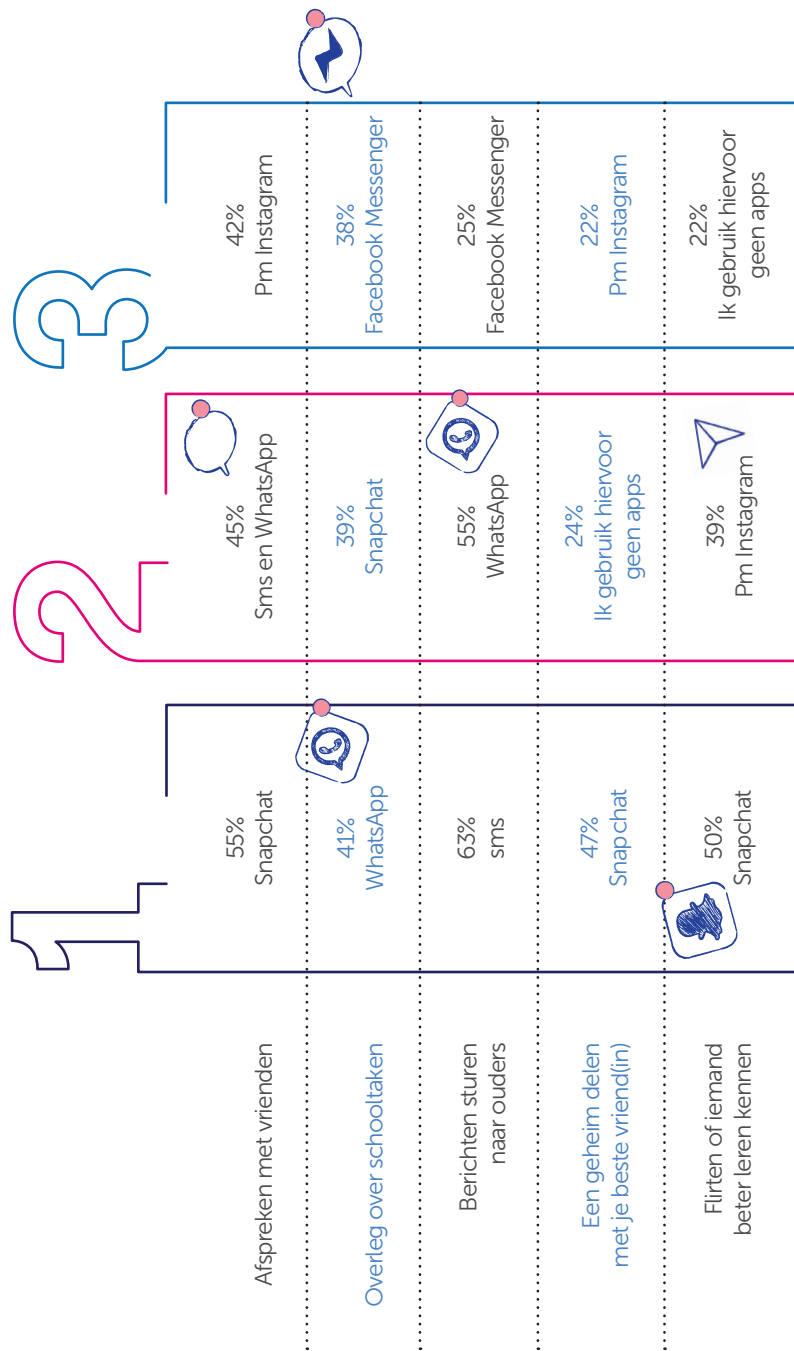
Net zoals bij sociale media zijn er amper verschillen tussen jongeren die thuis Nederlands spreken en zij die een andere thuistaal hebben. Enkel het gebruik van sms en Facebook Messenger is iets populairder bij jongeren die thuis Nederlands spreken.



Staafdiagram: Op welke manieren heb je de voorbije week met iemand persoonlijk gecommuniceerd?

Deze algemene rangschikking is sterk afhankelijk van het **doel van de communicatie** en de personen waarmee jongeren communiceren. Voor het eerst vroegen we concreter naar hun communicatiedoelen per kanaal.

Zo blijkt dat meer dan de helft van de jongeren **Snapchat** verkiest om af te spreken met hun **vrienden**. Bij communicatie met **ouders** blijft **sms'en** het populairst (63%). Wanneer jongeren overleggen over hun **schooltaken** opteren ze voor andere kanalen. Die gesprekken spelen zich voornamelijk af via **WhatsApp** (41%). **Geheimen delen** doen jongeren vooral via **Snapchat** (47%). Het valt op dat een kwart van de jongeren geen apps gebruikt om geheimen te delen. 22% deelt zijn of haar geheimen voornamelijk via privé berichten op **Instagram**. Tot slot is **Snapchat** ook voor de helft van de bevroegde jongeren de populairste app om te **flirten**.



Tabel: Welke van onderstaande diensten gebruik je het vaakst om....?



JONGEREN KIJKEN EN LUISTEREN

Muziek via YouTube en Spotify

Streamen via internet blijft de populairste manier om naar muziek te luisteren voor de Vlaamse jongeren. De meerheid (80%) luisterde de voorbije maand muziek via **YouTube**. **Spotify** is het tweede vaakst gebruikte muziekplatform (62%) gevolgd door **Shazam** (18%) en **Apple Music** (13%). **YouTube Premium**, de betalende en reclamevrije versie, is helemaal niet populair onder onze jongeren (3%).

Jongeren zijn verdeeld over **radioluisteren**. Bijna een derde van de jongeren luistert er nooit of zelden naar, terwijl er ook een derde dagelijks via een radiotoestel luistert. Ze doen dit trouwens vooral op de traditionele manier en zelden via de app of de website van de zender op hun smartphone (18%) of computer (6%).

"DOORHEEN DE DAG GEBRUIK IK VRIJ VAAK GOOGLE MAPS, OM TE ZIEN WANNEER DE TRAM KOMT OF WANNEER IK ERGENS MOET GERAKEN. IK GEBRUIK EIGENLIJK CONSTANT SPOTIFY EN DAARVOOR STAAT MIJN 4G VAAK AAN."
(SIMON, 17)

YouTube, Netflix of digitale televisie?

Wanneer jongeren video's bekijken, zien we twee duidelijke koplopers: **YouTube** en **Netflix**. Bijna alle jongeren kijken voornamelijk via YouTube naar filmpjes (94%). Dat is een forse stijging in vergelijking met de vorige editie (60%). Hiermee blijft YouTube het meest favoriete videokanaal. Ook Netflix stijgt in gebruik en blijft het tweede belangrijkste medium om films te checken (69%). De trend uit de vorige editie dat jongeren meer gebruik maken van een betalende account zet zich dus verder. Waarschijnlijk verklaart het grotere aanbod groepsabonnementen met betaalbare prijzen deze trend.

IN 'T KORT.

Jongeren vertoeven maar al te graag op sociale media, waar Instagram en Youtube momenteel de scepter zwaaien. WhatsApp blijft een trouwe rechterhand, terwijl Facebook naar de uithoeken van het rijk verbannen is, waar de volwassenen rondhangen. Of TikTok de komende twee jaar een staatsgreep pleegt, blijft spannend afwachten.

Het valt op dat ze voor elk communicatiedoel een ander kanaal kiezen. Afspreken met vrienden gebeurt via Snapchat, schooltaken bespreken ze op WhatsApp en mama en papa krijgen nog een sms.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/communicatie



Instagram TV (32%) en Popcorn Time of andere illegale streams (23%) sluiten de rij met een behoorlijk groot verschil in aantal gebruikers.

Jongeren kijken ook nog dagelijks **televisie** (35%). Net zoals bij radio doen ze dit voornamelijk op de traditionele manier. 66% van de jongeren die thuis Nederlands spreekt, kijkt digitale televisie. Dit in schril contrast met jongeren die een andere thuistaal hebben, daar kijkt slechts 37% op wekelijkse basis naar tv. Slechts 9% kijkt dagelijks via de app of website van de zender of via de app van hun digitale televisie.

IN 'T KORT.

Wat de klassieke media betreft, houden jongeren tradities nog in ere. Televisiekijken en naar de radio luisteren doen ze nog altijd via de ouderwetse toestellen. In alle andere gevallen is streamen populair met een belangrijke rol voor YouTube, Spotify en Netflix.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/streamen

JONGEREN ZIJN MEE MET DE WERELD

Nieuwsinteresse bij jongeren

Over het algemeen is er bij jongeren **weinig interesse in nieuws**. Op een schaal van 0 ('helemaal niet geïnteresseerd') tot 10 ('zeer geïnteresseerd') geven jongeren gemiddeld een 4,7 op de vraag in welke mate ze geïnteresseerd zijn in nieuws zoals maatschappelijke kwesties, cultuur of sport.

De nieuws categorieën 'criminaliteit, ongelukken, veiligheid op straat, rampen' en 'sport' worden het best beoordeeld met een gemiddelde interesse van respectievelijk 5,5 en 5,3. Nieuwsberichten over politiek en politici kunnen jongeren het minst bekoren met een gemiddelde score van 2,8. Opvallend hierin is dat meer dan een derde van de jongeren (44%) aangeeft zeer weinig (1) of zelfs helemaal geen interesse (0) te hebben in **politieke nieuwsberichten**.

Geef ons maar online nieuws

88% van de jongeren geeft aan dat ze hun smartphone het meest gebruiken om het **nieuws digitaal te volgen**. Sociale media zijn met ruime voorsprong het populairste kanaal om nieuws te consumeren: 54% van de jongeren geeft aan dat ze minstens dagelijks nieuwsartikelen

"HET NIEUWS KIJKEN OFZO, IK DEED DAT ECHT HEEL VEEL. IK KEEK ALTIJD OM 19U MET MIJN MOEDER NAAR VTM. HOE OUDER IK WERD, HOE MINDER TIJD IK DAAR EIGENLIJK VOOR HEB. EN DAT MOMENTJE RUST HEB IK ECHT GEEN ZIN OM TE BE-STEDEN AAN NIEUWS. IK HOOR AL ZOVEEL POLITIEKE ZAKEN OP SCHOOL."
(KIM, 17)

lezen die zijn gedeeld **via sociale media**. Messaging apps (31%), televisie (27%) en radio (29%) volgen op een grotere afstand snel op elkaar. Wanneer we kijken naar het wekelijkse nieuwsgebruik van jongeren, zien we dat nieuws op sociale media (76%), televisie (55%), radio (53%) en messaging apps (49%) meer dan de helft van de jongeren bereikt. Een kwart van de tieners komt minstens wekelijks in contact met nieuwswebsites (26%) .

De interesse komt met de jaren

Hoe hoger de opleidingsgraad, hoe minder jongeren die aangeven zelden of nooit nieuws te consumeren. Deze stelling wordt versterkt door het percentage jongeren dat in de derde graad meer nieuws consumeert. Deze tendens is het meest zichtbaar bij **nieuwswebsites**

MIJN OUDERS KIJKEN NAAR HET NIEUWS OP TV EN WIJ MEER NIEUWS OP SOCIAL MEDIA"
(RIK,18)

van kranten, tv, radio of magazines (7% van de jongeren dagelijks in de eerste graad naar 18% dagelijks in de derde graad) en **sociale media** (24% van de jongeren dagelijks in de eerste graad naar 36% in de derde graad).

(Zelf)vertrouwen in mediaconsumptie

Over het algemeen hebben jongeren een redelijk **vertrouwen** in de nieuwsberichtgeving van **journalisten**. Dat is gebaseerd op verschillende indicatoren die vertrouwen in de nieuwsberichtgeving weerspiegelen, zoals evenwichtig, objectief en volledig.

Jongeren vinden zichzelf behoorlijk **nieuwsvaardig**. Ze schatten zichzelf voldoende competent in op verschillende vragen die peilen naar hun eigen vermogen en overtuiging om nieuws te begrijpen in de context waarin het wordt gebracht. Als we peilen naar de gevoelens en ervaringen met betrekking tot nieuws, voelt 29% zich **overrompeld** door de **hoeveelheid nieuws** dat beschikbaar is of is **in de war** door de **kwaliteit** van nieuws en informatie (24%).



Algemeen beschouwd, zijn er geen of nauwelijks significante verschillen op te merken tussen jongens en meisjes, noch tussen de graden of studierichtingen. Enkel wat hun interesse voor nieuws betreft, scoren de derde graad en jongeren uit het aso iets hoger. Jongeren uit het bso blijken vooral nieuws te consumeren via sociale media en messenger apps.

IN 'T KORT.

Over het algemeen is er weinig interesse in nieuws bij jongeren. Wanneer ze nieuws consumeren, doen ze dit vooral via hun smartphone en kiezen ze sociale media. Naarmate jongeren ouder worden stijgt hun interesse voor en consumptie van nieuws. Over het algemeen hebben jongeren een redelijk vertrouwen in journalisten en in zichzelf qua nieuwsvaardigheid.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/nieuws



HOE ZE ZICH GEDRAGEN

ONLINE ACTIVISME

We bevroegen voor het eerst hoe jongeren online omgaan met **actuele maatschappelijke discussies**. Dat zijn discussies waarmee men vaak anderen onder druk wil zetten om iets te veranderen in de maatschappij. Deze debatten gaan over onderwerpen als **politiek en verkiezingen, migratie en vluchtelingen, ecologie en energie, armoede, gender en seksualiteit**.

Facebook als discussieplatform

Onder de actieve jonge **Facebookgebruikers** leest bijna een vierde regelmatig een post over maatschappelijke thema's. Driekwart van de jongeren las de afgelopen zes maanden wel eens een **online post**, een **nieuwsartikel** of een **comment** rond actuele thema's.



Wanneer jongeren zich wat meer willen uitspreken over een maatschappelijk thema, dan blijkt jezelf op 'aanwezig' zetten bij een **Facebookevent** de populairste manier. 15% van de jongeren gaf aan dit regelmatig te doen. 42% deed het minstens eens in de afgelopen zes maanden. Meer dan de helft (58%) van de jongeren zette zichzelf nog nooit aanwezig op dergelijke events. Een kwart van de jongeren was ooit **lid van een Facebookgroep** over actuele maatschappelijke topics (25%) of tekende een **petitie** die ze op Facebook zagen (23%).

Ongeveer een tiende van de respondenten gaf aan frequent iets te hebben gepost of gedeeld (12%) of een commentaar te hebben geplaatst (8%) op een publiek zichtbare manier op Facebook. Daarnaast post, reageert of liket 10% van de jongeren een bericht in eender welke Facebookgroep over deze topics. 14% van de respondenten communiceert hierover regelmatig via privéberichten. 6% geeft toe te **trollen** bij maatschappelijke thema's. Dat is opvallend laag. De meerderheid (69%) troilde in het voorbije half jaar nooit.



Overtuigen op andere kanalen

Bij jongeren die aangeven Facebook niet meer te gebruiken, bevroegen we hoe ze zich online uitdrukken over maatschappelijke actuele thema's op andere sociale media in het algemeen. Ongeveer een tiende van de jongeren leest vaak tot heel vaak posts, nieuwsartikelen en comments over actuele thema's. 13% bekijkt regelmatig video's en 7% checkt frequent profielen van politieke of publieke figuren. Ook ongewenst gedrag zoals

doxing doen jongeren op andere sociale media nauwelijks. Over het algemeen liggen deze cijfers een stuk lager dan bij de Facebookgebruikers.

"SOMS GAAN ER ZO DINGEN ROND
OP INSTAGRAM, VAN 'STEUN DIT'
OF 'STEUN DAT...'
DAN ZOU IK DAT MISSCHIEN WEL
OP MIJN VERHAAL PLAATSEN,
MAAR HET IS NIET DAT IK
DAAR UITLEG GA BIJ PLAATSEN."
(SILKE, 18)

Bij de niet-facebook gebruikers is het publiek posten van een mening op andere kanalen een populaire actie. 13% van de jongeren post of deelt regelmatig iets publiek. De helft van de jongeren deelde of postte zelfs ooit iets publiek. In een gesloten groep of forum postte 40% ooit een boodschap, 35% reageerde

ooit of 45% ging ooit iets liken. 9% post of deelt zelfs regelmatig iets in gesloten groepen.

IN 'T KORT.

We weten dat Facebook klappen krijgt wat populariteit en gebruik betreft, maar als medium voor online activisme blijkt het wel een unicum te zijn: je verdiepen in thema's via groepen en pagina's, aangeven dat je aanwezig bent op events met een maatschappelijke insteek, artikels lezen en delen,... geen enkel ander platform leent zich er zo goed toe om op verschillende manier aan online activisme te doen.



CYBERPESTEN

Helaas blijft cyberpesten een **online valkuil** voor kinderen, jongeren en volwassenen. We vroegen deze editie opnieuw of jongeren het afgelopen jaar in aanraking kwamen met online gebeurtenissen die hen van streek maakten.

Meer meisjes dan jongens

17% van de bevroegde jongeren is in het afgelopen jaar **online lastig gevallen, slecht behandeld** of kwam in aanraking met een **online gebeurtenis die hem of haar van streek maakte**. We zien geen grote verschillen tussen de leeftijd van slachtoffers. Zowel in de eerste en tweede graad is 18% van de jongeren online lastig gevallen of slecht behandeld. Naarmate ze ouder worden zien we een minieme daling tot 15%. Opvallender is het verschil tussen meisjes en jongens. 21% van de meisjes was ooit slachtoffer, in vergelijking met 13% jongens. De meerderheid (77%) van de jongeren kwam niet in aanraking met cyberpesten. 6% van de jongeren wil dit liever niet delen.

	EERSTE GRAAD	TWEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Ja	18%	18%	15%
Nee	70%	76%	82%
Zeg ik liever niet	12%	6%	3%

Tabel: Ben je in het afgelopen jaar online lastig gevallen, slecht behandeld of is er iets online gebeurd die je van streek maakte?

Kwetsende berichten

Wanneer we inzoomen op de slachtoffers van het voorbije jaar gebeurde dit bij de meerderheid van de jongeren een à twee keer per jaar (57%). Op wekelijkse of maandelijkse basis gebeurde dit bij 9% van de jongeren. Bij 13% van deze jongeren gebeurde het dagelijks, bij 5% zelfs meerdere keren per dag.

Los van de frequentie, valt het op dat het hoofdzakelijk **nare of kwetsende berichten** zijn die jongeren ontvangen (50%). Daarnaast zegt een op zes jongeren dat ze **uitgesloten** worden uit online groepen of activiteiten (16%), dat ze **online bedreigd** worden (15%) of dat er kwetsende

berichten online worden verspreid via het **doorsturen van berichten** of het **posten op publieke pagina's van sociale media** (15%). Die berichten blijken vaak een **seksueel intimiderende boodschap** te bevatten of zijn **stalkerig** van aard.

Nare of kwetsende berichten werden naar mij gestuurd	50%
iets anders	18%
Ik werd buitengesloten of uitgesloten van een groep of activiteit online	16%
Nare of kwetsende berichten werden doorgegeven of gepost waar anderen het konden zien	15%
Ik werd bedreigd online	15%
Zeg ik liever niet	13%

Tabel: Wat gebeurde er? (Enkel bevraagd bij wie online lastig gevallen werd. N=219).

Steun bij je vrienden

Meer dan de helft van de slachtoffers (55%) kent de persoon die hem of haar pest. Een vijfde van de jongeren weet wie het is, maar kent hem of haar niet zo goed. In een kwart van de gevallen gaat het om een anonieme pester.

We vroegen de slachtoffers bij wie ze terecht kunnen met hun verhaal. Het valt op dat jongeren vooral **steun bij elkaar** vinden. Ruim twee derde (67%) van de jongeren gaat te rade bij goede vrienden of klasgenoten. Meer dan de helft kan **terecht bij hun ouders of voogd** (52%) en 32% stapt naar **broers of zussen**. Een vijfde van de jongeren zoekt steun bij zijn of haar **grootouders**, bij **volwassenen die ze vertrouwen** of bij **leerkrachten** en opvoeders. Een minderheid zoekt hulp op het internet. We moeten helaas vaststellen dat 14% van de slachtoffers hiermee met niemand durft te praten.



Minder omstaanders

In het geval van cyberpesten zijn de omstaanders een belangrijke schakel in het verhaal. Een omstaander is een jongere die **getuige was van een peestsituatie**. Een kwart van de jongeren zag het afgelopen jaar een online peestsituatie. Dit cijfer ligt een stuk lager dan tijdens de vorige editie. In 2018 gaven 54% van de jongeren aan een online peestsituatie te zien. Deze daling in cijfers valt te verklaren doordat de meerderheid van de slachtoffers (50%) **kwetsende berichten ontvangt in privéconversaties**, per definitie zonder toeschouwers. Enkel in het geval van het doorsturen van berichten (15%) en online uitsluitingen (16%) zijn er wel getuigen. Daarnaast valt het ook op dat jongeren naarmate ze ouder worden meer online peestsituaties zien (30% uit de derde graad ten opzichte van 20% in de eerste graad). Vooral jongeren uit het tso, kso en bso zien vaker zo'n situaties online. Tot slot zijn vooral meisjes hier iets alerter voor dan jongens.

Zeker wanneer slachtoffers **geen hulp durven zoeken** (14%), kunnen de **omstaanders** een belangrijk **kantelpunt** betekenen. De meerderheid van de getuigen bespreekt het met het **slachtoffer zelf** (55%). 31% stapt naar goede **vrienden of klasgenoten**. Een kwart van de jongeren zegt de confrontatie aan te gaan met de **dader**. Een aantal omstaanders stapt hiermee naar hun **familie**: 15% bespreekt de online voorvallen met zijn of haar ouders en 9% met zijn of haar broers of zussen. Opnieuw zijn **leerkrachten minder populaire aanspreekpunten**. Slechts 7% van de getuigen spreekt een leerkracht of opvoeder aan over hetgeen hij of zij online zag. En tot slot is het zeer opvallend dat 20% van de **toeschouwers** dit **met niemand bespreekt**, terwijl net zij, als omstaanders, een grote impact kunnen hebben.

Het zijn **jongeren die met hun ouders hun mediagebruik overleggen die problemen melden**. Belangrijk om hierbij mee te nemen is het feit dat we geen duidelijk zicht hebben op de richting van het verband. Misschien was media al een veelbesproken onderwerp thuis, maar even goed worden er pas afspraken gemaakt na deze pijnlijke gebeurtenissen. Sowieso is het **bespreekbaar maken een must**.

IN 'T KORT.

Vooral meisjes uit de eerste graad geven aan dat ze online lastig gevallen werden of iets zagen die hen van streek maakte. Slachtoffers van cyberpesten zijn dat vooral door het ontvangen van kwetsende berichten. Ze vinden steun bij leeftijdsgenoten. Het aantal omstaanders lijkt gedaald, waarschijnlijk door het feit dat jongeren meer kwetsende privéberichten ontvangen. Ook omstaanders durven de stap zetten naar het slachtoffer of hun vrienden. Jongeren vinden steun bij elkaar.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/kwetsendeberichten

SEXTING

De babyboomers spraken af achter de kerk om stiekem wat te staan oefenen, nu kunnen jongeren in de privacy van hun eigen kamer op seksuele ontdekkingstocht gaan, met hun lief aan de andere kant van het telefoonscherm. Pikante foto's en berichten worden in een wip gemaakt en gedeeld. Niks mis mee, zolang alles **binnen een kader van vertrouwen en gelijkwaardigheid** gebeurt. We geven alvast mee dat een vergelijking met de vorige editie moeilijk is, omdat de aanpak en bevraging dit keer diepgravender en uitgebreider was.

Sexting met hun lief

Als we zeggen dat 9% van de jongeren de voorbije twee maanden een seksueel getinte foto van zichzelf hebben genomen en verstuurd, dan lijkt dat weinig. De brede leeftijdsgroep waarbinnen deze vraag werd gesteld, geeft ons inderdaad een vertekend beeld. In de eerste graad zegt namelijk 2% aan sexting te doen. In de tweede graad is dat 7% en in de derde graad (zevende jaar inclusief) 17%.

Het mag ook logisch zijn dat 68% van de pikante foto's verstuurd worden naar 'het lief' of iemand waar ze verliefd op zijn. Daarmee benadrukken ze zelf dat **sexting vaak in een context van liefde en vertrouwen** gebeurt. Dat maakt hen anderzijds ook kwetsbaar. Ook zegt 8% dat ze hun foto's al stuurden naar iemand die ze online hadden leren kennen maar nog niet hadden ontmoet.



TYPE SEXTING	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD	TOTAAL PERCENTAGE OVER ALLE GRADEN HEEN
Naaktfoto's maken en verzenden (totale steekproef)	2%	7%	17%	9%
Door iemand anders onder druk gezet/aangedrongen om een sext te sturen	10%	24%	24%	20%
Doorgestuurde sextingfoto te zien gekregen/toege-stuurd gekregen	13%	43%	52%	38%
Een sextingfoto van iemand anders doorgestuurd	2%	11%	13%	9%

Tabel: Aantal verschillende jongeren die betrokken waren bij sexting per graad

Safety first

Seksueel getint wil trouwens niet zeggen dat ze meteen **helemaal uit de kleren** gaan, al zijn daar grote verschillen te merken tussen jongens en meisjes. De laatsten gaan vaker (69%) in **ondergoed of badkledij** poseren dan met een **naakt bovenlijf** (19%) of **helemaal naakt** (12%). Jongens gaan vaker in bloot bovenlijf of naakt (telkens 40%) op de foto. Voor hen is er dan ook in essentie weinig verschil tussen poseren in bloot bovenlijf en in ondergoed of badkledij. Wel zeggen ze dat ze in de meeste gevallen **onherkenbaar op de foto** staan (68%). Dat is een stijging tegenover het vorige rapport (63%). Dit kan erop wijzen dat jongeren zich **bewust zijn van de risico's** en zich hiertegen proberen te beschermen.

Als we breder kijken, geeft ruim 20% van de jongeren aan dat ze ooit **onder druk zijn gezet** om een seksueel getinte foto te sturen. Meisjes (31%) zijn hier vaker het slachtoffer van dan jongens (9%). In een kwart van de gevallen wordt er binnen een **relationele context** aangedrongen op pikante foto's (zoals door een ex-lief, lief, of iemand waar de respondent verliefd op was),

maar ook de brede **vriendengroep** zorgt in een kwart van de gevallen voor druk. Bijna een derde (32%) van de respondenten ervoer druk van een **onbekende** of **iemand die ze niet zo goed kenden**. Dat wil niet zeggen dat ze ook toegeven aan die druk.

Bij de jongeren die aangeven dat ze een sextingfoto hadden gestuurd, had ongeveer een derde van de meisjes achteraf spijt, tegenover 15% van de jongens. Meisjes waren in 21% van de gevallen bezorgd over de verdere verspreiding van hun foto's, tegenover 11% van de jongens. Jongeren ervaren het vaakst emoties als **spijt, schaamte en bezorgdheid**, wanneer ze aan sexting hebben gedaan onder druk.

"DAT IS GELIJK OP SNAPCHAT. JE HEBT ER DIE WAARSCHIJNLIJK ZO VAN DIE NAAKTFOTO'S ZITTEN DOORSTUREN, MAAR ZE MOETEN ER BEWUST VAN ZIJN DAT ALS ZE ZEGGEN DAT ZE GEEN SCREENSHOTS VAN GAAN TREKKEN, DAT ZE DAT SOWIESO WEL DOEN... EN DAT KOMT TOCH OP INTERNET ACHTERAF."

(MILO, 16)

38% van de ondervraagde jongeren zegt dat ze ooit al eens een foto **zagen of doorgestuurd** kregen zonder dat de afgebeelde persoon ervan wist en 9% van de jongeren heeft **zelf al eens zo'n foto doorgestuurd**. In 65% van de gevallen kennen ze de persoon op de foto wel en meestal (39%) was het iemand die ze (her)kennen uit een schoolcontext. Wat vooral opvalt is dan 70% van de jongeren zegt dat ze hier **niets mee doen**: ze melden dit niet, noch spreken ze de betrokken personen aan. Een op de acht jongeren, die een doorgestuurde sext hebben ontvangen, maakt het probleem erger door als bijstaander **de foto verder door te sturen**. Lichtpunt: 10% van de jongeren die zo'n sext ontvangt, **neemt het op voor het slachtoffer** door deze op de hoogte te brengen of de zender te confronteren.

IN 'T KORT.

Het is een normaal onderdeel van de seksuele beleving en ontwikkeling van de puberende jeugd om nieuwsgierig te zijn naar hun eigen en elkaars lichaam. Prikkelende berichten en foto's zijn in een handomdraai gemaakt en gedeeld. Daar hoeft niemand zich zorgen om te maken, zolang het gebeurt in een context van vertrouwen, gelijkwaardigheid en met wederzijdse toestemming. Net als bij cyberpesten zijn de omstanders hier een cruciale schakel om dit te melden, het op te nemen voor het slachtoffer en de foto's vooral zelf niet verder te verspreiden.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/sexting



ONLINE PRIVACY

Een selecte vriendenclub

Net zoals in de vorige editie blijkt dat jongeren **voorzichtig zijn met het accepteren van vriendschapsverzoeken** (68%). Dit percentage daalt miniem in vergelijking met 71% in de vorige editie. Toch blijft het opvallend dat het selectief vrienden toevoegen de belangrijkste actie is bij jongeren in hun privacymanagement.

"ALS JE MENSEN NIET KENT EN DIE STUREN U EEN VRIENDSCHAPSVERZOEK, DAN MOET JE ALTIJD EERST GOED KIJKEN HOE OF WAT OF EEN KEER KIJKEN NAAR HET PROFIEL VOORDAT JE DAT TOELAAT."

(MANOU, 18)

Ze passen ook andere strategieën toe, zoals het instellen van **privacyinstellingen** (58%), ongeschikte **foto's untaggen** (45%) of ervoor zorgen dat **alleen vrienden hun posts op sociale media kunnen zien** (55%). Tot slot valt het op dat minder dan een kwart

van de jongeren vindt dat er **toestemming** nodig is wanneer anderen hen in een foto taggen. We stellen dezelfde trend vast als bij de vorige editie: over het algemeen zijn meisjes iets voorzigtiger met hun online privacy dan jongens.

	(HELEMAAL) NIET AKKOORD	NEUTRAAL	(HELEMAAL) AKKOORD
Ik heb ingesteld dat ik toestemming moet geven wanneer anderen mij in een foto taggen	54%	22%	25%
Ik ben voorzichtig van wie ik vriendschapsverzoeken accepteer	10%	22%	68%
Over het algemeen maak ik gebruik van privacyinstellingen om mijn privacy te managen	13%	29%	58%
Ik untag mezelf van foto's die ik niet geschikt vind	27%	28%	45%
Ik zorg er voor dat alleen mijn vrienden mijn posts op sociale media kunnen zien	22%	23%	55%

Tabel: Welke acties onderneem je ter bescherming van je persoonlijke privacy?



Bezorgdheid

Het valt op dat 35% van de jongeren aangeeft dat hun privacy al eens werd geschonden doordat **persoonlijke informatie zonder toestemming gebruikt of verspreid** werd op sociale media. 44% van de jongeren is dan ook bezorgd over het feit dat hun **online informatie misbruikt** kan worden, dat anderen **gênante informatie** over hen kunnen plaatsen of dat hun info op een manier gebruikt zal worden die ze niet voorzien hadden. Iets minder (38%) jongeren is **bezorgd dat anderen privé-informatie over hen gaan vinden**. Opnieuw scoren meisjes iets hoger in hun bezorgdheid dan jongens.

PRIVACY BEZORGHEID	(HELEMAAL) AKKOORD
Ik ben bezorgd dat online informatie misbruikt kan worden.	44%
Ik ben bezorgd dat anderen privé-informatie over mij gaan vinden.	38%
Ik ben bezorgd dat online informatie op een manier gebruikt zou kunnen worden die ik niet had voorzien.	44%
Ik ben bezorgd dat anderen gênante informatie over mij online gaan plaatsen.	44%

Tabel: Hoe bezorgd ben je over je privacy?



Datacontrole

Voor het eerst polsten we bij jongeren over de **controle van hun online data**. Hierover hebben ze blijkbaar geen eenduidige uitgesproken mening. Sommigen geloven dat ze wel controle hebben op het delen van hun persoonlijke informatie met bedrijven via sociale media. Een derde gaat hiermee niet akkoord en evenveel zijn hierover neutraal. Ook

"DEZE ZOMER WAS ER EEN REPORTAGE OP TELEFACTS OVER AMAZON EN DAT DIE HEEL VEEL DATA HEEFT. ZE DOEN DAAR OOK HEEL VEEL MEE EN ZE KUNNEN ZELFS WETEN OF JE ZWANGER BENT OF NIET... DAT VIND IK ECHT HEEL ENG."
(KATO, 17)

over hoe bedrijven via sociale media hun persoonlijke gegevens gebruiken zijn ze niet uitgesproken. Opnieuw gaat één derde van de jongeren hiermee akkoord, niet akkoord of blijft neutraal. Sommigen geloven dus dat ze veel controle hebben over hun persoonlijke informatie via sociale media, anderen juist niet of een andere groep blijft hierbij neutraal.

Sinds twee jaar is de **GDPR** van kracht. Slechts 27% van de jongeren hoorde al van de GDPR of AVG¹. Toch vindt ruim de helft (53%) van de jongeren het belangrijk dat de GDPR hun gegevens beschermd of dat organisaties moeten aangeven hoe ze persoonlijke gegevens zullen gebruiken (55%). Daarnaast vinden evenveel jongeren het belangrijk dat er controle is op de organisaties die persoonlijke gegevens verwerken (56%) en dat ze geïnformeerd worden over hoe data wordt verzameld en verwerkt. De meerderheid (63%) van de jongeren vindt het belangrijk dat organisaties gestraft worden wanneer ze misbruik maken van persoonlijke gegevens. Opnieuw scoren jongens met hun mening over databescherming iets minder hoog dan meisjes.

Privacyskills

De meeste jongeren vinden zich **vaardig genoeg om hun privacy te beheren**: 58% van de jongeren weet de toegang tot hun contactinformatie te beperken en foto's te beheren wanneer anderen hen hierin taggen (63%). Bijna driekwart van de jongeren kan zijn account deactiveren of verwijderen (72%) of de toegang tot informatie op hun profiel beperken (74%). Slechts 30% weet hoe ze hun profiel op Google onvindbaar maken.

Zes op de tien jongeren zegt maar **zelden les** te krijgen **over online privacy**, maar toch beschouwen ze de school en leerkrachten als geschikt om hen daarover iets bij te leren. Een vierde vindt dat er te weinig rekening gehouden wordt met hun leefwereld of dat leerkrachten hun

¹ GDPR en AVG: General Data Protection Regulation of Algemene Verordening Gegevensbescherming, gaat over de beveiliging en het beheer van datagegevens van Europese burgers.



TECHNOSTRESS

80% van de bevroegde jongeren geeft aan dat het gebruik van hun smartphone een **gewoonte** is. Twee derde van hen verklaart dat ze hun smartphone soms zonder enige aanleiding checken. Anderzijds geeft bijna twee derde ook aan dat ze dankzij de smartphone **beter geïnformeerd** zijn én dat ze het gevoel hebben **controle** te hebben over hun gebruik.

"VROEGER POSTTE IK VEEL OP INSTAGRAM. VROEGER KONDEN DIE VOLGERS MIJ ECHT IETS SCHELEN EN DAN HAD IK ER ECHT HEEL VEEL. MAAR DE LAATSTE TIJD HECHT IK ER GEEN WAARDE AAN. IK BESEF OOK WEL DAT DAT ONBEWUST VOOR VEEL STRESS ZORGDE, WANT JE VERGELIJKT JEZELF MET ANDERE INSTAGRAMMERS MET VEEL VOLGERS."
(MIA, 17)

Toch geeft 45% van de jongeren toe dat ze naar hun gevoel **te veel tijd spenderen** aan hun toestel. In ruim de helft van de gevallen zeggen ook hun ouders dat ze er te veel mee bezig zijn. Bijna 40% van de jongeren kan geen dag zonder smartphone.

Ook al zijn jongeren kritisch over hun gebruik, toch zegt slechts een op de drie dat ze **liever minder tijd** zouden besteden aan hun toestel. Opvallend is dat ruim 20% van hen zegt dat ook hun ouders te vaak bezig zijn met hun smartphone of tablet. Laten we dus vooral onze **voorbeeldfunctie als volwassene en opvoeder** niet uit het oog verliezen.

Wat de tablet betreft, zien we dezelfde trends. Voor 64% van de jongeren is het tabletgebruik een gewoonte en 22% wil liever minder tijd spenderen aan hun toestel. Het verschil in cijfers tussen beide toestellen is simpel te verklaren: een tablet zit niet standaard in je achterzak en vraagt dus om een meer **doelgericht** gebruik.

1%

IN 'T KORT.

De smartphone is nog net niet vergroeid met hun duimen, dat geven jongeren zelf ook grif toe. Van digital natives kan je op zich ook weinig anders verwachten. Laten we vooral zelf het goede voorbeeld geven en ons toestel bewust gebruiken.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/technostress

visie op privacy opdringen. Wel ergeren redelijk wat jongeren zich aan de veronderstelling dat ze onverstandig zouden omspringen met online privacy en slechts een derde vindt dat hun leerkracht hen op een goede manier informeert.

"ALS JONGEREN WETEN WAT PRIVACY ÉCHT IS, DAT ZE EROVER GAAN DENKEN ALS 'AH OKÉ, DIT HOORT BIJ MIJZELF EN DIT MAG DE REST WETEN. IK HEB DAAR ZELF ALLEMAAL THUIS OVER GELEZEN. TERWIJL DIT BETER OP SCHOOL AAN BOD ZOU KOMEN."
(SAM, 17)

Privacy komt met de jaren

Volgens de jongeren wordt er op school weinig aandacht besteed aan online privacy. Niet alleen de school maar ook thuis is een belangrijke factor in hun (media-)opvoeding. Jongeren waarbij **afspraken** rond mediagebruik thuis besproken

worden, schatten zichzelf dikwijls hoger in op hun privacyvaardigheden (vriendschapsverzoeken, untaggen...) dan jongeren waarbij er thuis nooit gesproken wordt over mediagebruik.

Naarmate de jongeren ouder worden, zien we nog een voorspelbare evolutie. Op vlak van privacybeheer scoren oudere leerlingen dikwijls beter dan jongere leerlingen en geven zij aan dat hun privacy minder vaak geschonden werd. Vermoedelijk gaan beiden samen. Naarmate jongeren ouder worden, stijgt ook hun **kritisch vermogen** ten opzichte van hun leerkrachten, weliswaar met minieme verschillen ten opzichte van jongere leerlingen. Jongeren uit de derde graad krijgen meer het gevoel dat ze fout afgeschilderd worden door hun leerkrachten als roekeloos, onbekwaam en onverstandig zouden omspringen met hun privacy. Bovendien zien we dat oudere leerlingen de informatie die ze van hun leerkrachten over privacy krijgen minder goed vinden.

IN 'T KORT.

Voorzichtig zijn met vriendschapsverzoeken, je berichten privé zetten en jezelf untaggen van foto's, daarmee is voor jongeren de kous af wat privacymanagement betreft. Als je hen uitlegt wat GDPR en AVG inhoudt, lijken ze dat wel een goed idee te vinden. Het valt vooral op dat een derde van de respondenten over privacy en datacontrole geen uitgesproken mening heeft. In tijden van datalekken, big data, steeds slimmere algoritmes en schijnbaar onschuldige foto's die in verkeerde handen vallen, lijkt het ons dat we als opvoeders nog heel wat werk voor de boeg hebben.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/privacy

MEDIAOPVOEDING

Kinderen en jongeren opvoeden is een voltijdse job. Met de komst van het internet, de smartphone en de talloze apps die jaarlijks een hype veroorzaken, is de last op de schouders van opvoeders alleen maar toegenomen. Het is dan ook een **expliciete taak** geworden om kinderen en jongeren wegwijs te maken en kritisch en bewust te leren omgaan met deze nieuwe media.

Van de bijna 4000 bevroegde jongeren met een eigen smartphone geeft de ruime meerderheid aan dat er rond het gebruik ervan **thuis geen afspraken** gemaakt zijn. We zien deze trend iets meer bij jongeren die een andere thuistaal dan het Nederlands hebben.

In de eerste graad zegt 50% van de bevroegden dat ze zelf mogen kiezen **hoe lang ze hun telefoon gebruiken**. In de tweede graad gaat het om 70% en in de derde graad 89%.

Ook bij de vraag of er afspraken zijn over **waar ze de smartphone (niet) mogen gebruiken**, geeft 58% van de eerste graad te kennen dat daar geen afspraken over bestaan. In de tweede en derde graad gaat het respectievelijk om 72% en 83%.

Bij twee derde van de jongeren uit de eerste graad zijn er (al dan niet in samenspraak opgestelde) afspraken over de **momenten waarop digitale toestellen gebruikt mogen worden**. Vanaf de tweede graad (56%) en in de derde graad (71%) krijgen jongeren hierrond meer zelfbeschikkingsrecht.

Ook als het gaat over het **gebruik van sociale media en het delen van content**, zijn de resultaten opvallend: 67% van de jongeren zegt dat er thuis niet gesproken wordt over welke foto's of filmpjes (al dan niet van zichzelf) ze online delen. Bijna driekwart van hen verklaart dat de mensen met wie ze online bevriend zijn thuis geen gespreksonderwerp is, net zomin als de apps die ze downloaden (79%), de games die ze spelen (81%) of de filmpjes en foto's die ze bekijken (83%). Enkel rond **online aankopen** zijn er in 76% van de gevallen regels afgesproken.

Globaal genomen zien we dus dat er **heel vaak niet gesproken wordt over regels of afspraken**. Als er wel regels bepaald worden, dan is dat vaker in overleg dan zuiver opgelegd door de ouders of voogd. Ouders maken met hun dochters meer afspraken dan met hun zonen.



Het mag dan ook niet verbazen dat jongeren het gevoel hebben terecht te kunnen bij hun vrienden en klasgenoten (67%) als ze **vragen hebben over het gebruik van digitale media en toestellen**. Ouders komen op de tweede plaats met 44%, gevolgd door broers en zussen (42%). Wat hier het hardst opvalt, is dat leerkrachten even betrouwbaar worden geacht als grootouders (beide 5%).

IN 'T KORT.

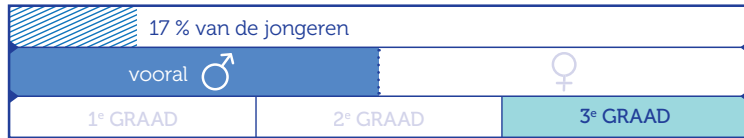
Het is behoorlijk verbluffend te zien hoe weinig we met jongeren praten over een groot deel van hun leefwereld: hun mediagebruik. Bij gezinnen waar er regels worden bepaald is dit meestal in overleg. Over het algemeen valt het op dat de jongeren waar ze thuis overleggen over de afspraken ze sneller naar hun ouder stappen bij online vragen of problemen.

Honger naar meer? www.apestaartjaren.be/opvoeding



PROFIELEN

BEWUSTE JONGLEUR



MEDIAVERKENNER



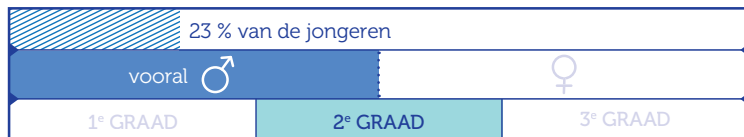
ROUTINECHECKER



MEDIAMAGNEET



MONDIGE SWIPER



BEWUSTE JONGLEUR

Dankzij mijn smartphone ben ik mee met alles wat er leeft in onze wereld en blijf ik in contact met mijn vrienden. Ik spendeer behoorlijk wat tijd aan mijn smartphone maar ik heb helemaal niet het gevoel dat dit te veel is. Ondanks dat het bijna een gewoonte is voor mij zou een dagje zonder smartphone me dus wel lukken, mijn gebruik heb ik echt wel onder controle. Ook mijn ouders vinden dat en zullen me niet vaak vragen om minder tijd te spenderen op mijn smartphone. Ze laten me daarin vrij. Ik game heel graag en veel en kijk graag televisie, zowel digitaal als via een app. Ook daar heb ik alle controle over en mijn ouders denken er net hetzelfde over. Online video's kijken vind ik de max! YouTube en Facebook zijn mijn favorieten.



MEDIAVERKENNER

Ik ben niet zo vertrouwd met media. Ik heb wel al een smartphone maar doe daar niet zo veel mee. Sommige van mijn vrienden hebben zelfs geen smartphone maar een gewone gsm. Het is nog wat wennen en tot nu toe vind ik hem niet onmisbaar om contact te houden met mijn vrienden. Ik kan dus zeker zonder, want ik stream maar weinig online video's of muziek. Het is dus logisch dat mijn ouders nooit problemen maken over mijn smartphone gebruik, al volg ik ook goed hun opgelegde afspraken. Ik kijk zelden televisie en game bijna nooit.

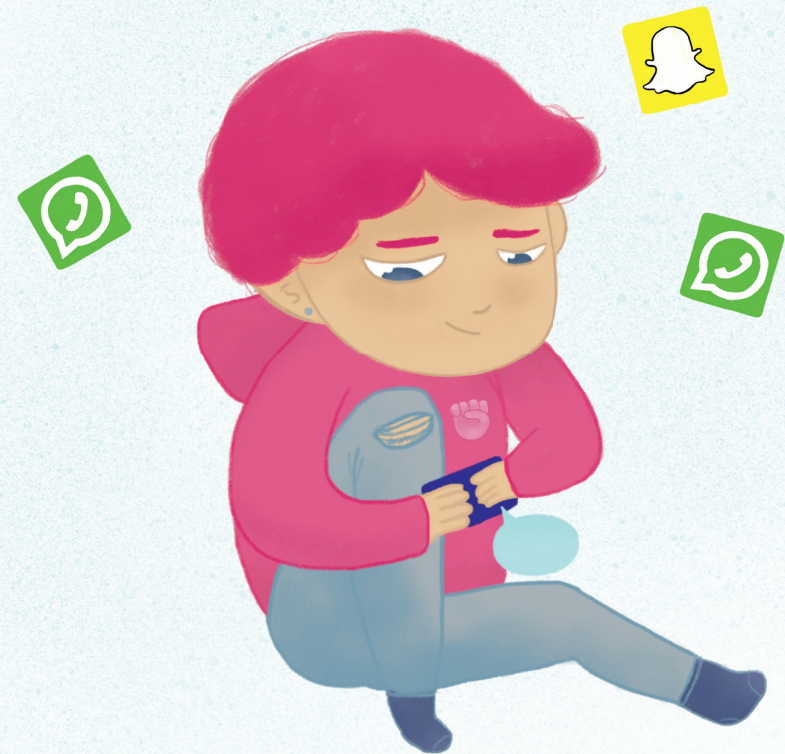


ROUTINECHECKER

Mijn smartphone kan ik moeilijk missen en soms denk ik dat ik er iets te veel tijd aan spendeer. Het is een gewoonte voor mij en soms betrap ik mezelf er op dat ik naar mijn smartphone kijk zonder aanleiding. Dankzij mijn smartphone hou ik contact met mijn vrienden, maar ik doe dit ook nog op andere manieren. Sociale media vind ik tof, maar niet alle kanalen. Vooral door TikTok en Instagram kan ik eindeloos scrollen. De tijd vliegt als ik filmpjes en muziek check. Ik kijk regelmatig televisie en speel af en toe een spelletje. Volgens mijn ouders breng ik wel eens te veel tijd door met mijn smartphone. Daarom maken we er af en toe afspraken over, soms mag ik ook gewoon zelf kiezen.

MEDIAMAGNEET

Een dag zonder mijn smartphone lijkt me heel moeilijk. Ik heb dan ook het gevoel dat ik te veel tijd met mijn smartphone bezig en zou wel een digital detox kunnen gebruiken. Da's een dilemma, want ik vind het erg belangrijk om op de hoogte te blijven, zeker over het wel en wee van mijn vrienden. Eigenlijk heb ik het gevoel weinig controle te hebben over mijn gebruik: ik betrap mezelf er vaak op dat ik mijn smartphone check zonder aanleiding. Ik kijk regelmatig televisie, maar ook online video's en muziek streamen doe ik vaak. Sociale media vind ik ook super! Mijn favorieten zijn Instagram, Facebook en YouTube. Gamen doe ik bijna nooit. Ook mijn ouders vinden dat ik nogal verknocht ben aan mijn toestel. Toch maken we niet echt afspraken thuis over mijn mediagebruik. Ik mag vooral mijn eigen zin doen.



MONDIGE SWIPER

Ik weet van mezelf dat ik behoorlijk wat tijd spendeer aan mijn smartphone, maar er zijn vrienden die er nog meer mee bezig zijn dan ik. Een dagje zonder zou mij lukken, maar leuk lijkt me dat niet want het is echt een gewoonte voor mij. Mijn ouders willen dat ik mijn toestel af en toe aan de kant leg, maar ik vind het in vergelijking met andere vrienden wel meevallen. Ik check bijvoorbeeld niet zo heel veel video's of muziek. Voor mij is het een belangrijke schakel om met mijn vrienden te praten, maar op zich doe ik dit ook nog op andere manieren dan enkel via mijn smartphone. Online check ik het liefst YouTube en Instagram. Gamen doe ik wel heel veel en super graag! Televisie kijk ik op verschillende manieren. Thuis maak ik samen met mijn ouders afspraken over mijn mediagebruik.

HOE ZIT 'T NU?



Een duidelijke rode draad in het leven van een jongere is de **smartphone**. Ze hebben er allemaal eentje in hun broekzak zitten en gebruiken hem ook **intensief**. Voor de meeste jongeren is dit een **gewoonte**. De leeftijd waarop jongeren een eigen smartphone krijgen, verlaagt drastisch: het **scharniermoment** is niet langer de overgang naar de middelbare school maar is vervroegd naar het vierde leerjaar/negen jaar. In tijden van #digitaldetox en influencers die toegeven een heel zwaar leven te hebben, vindt bijna de helft van de jongeren van zichzelf dat ze te veel tijd spenderen in digitale sferen.

Over het algemeen gebruiken ze graag **verschillende toestellen** zoals een televisie, een tablet of een laptop. Jongeren die thuis Nederlands spreken, gebruiken wel vier à tien toestellen, in tegenstelling tot hun kameraden die een andere thuistaal hebben. Met één à drie toestellen is de variatie en keuzemogelijkheid bij deze jongeren beduidend lager. Logischerwijs gebruiken jongeren hun media-arsenaal op een vrije dag veel meer dan op een schooldag. Behalve hun smartphone, deze gebruiken ze zeven op zeven driftig.

Met hun smartphone houden jongeren **contact met hun buitenwereld** of doen ze **inspiratie** op. **YouTube** en **Instagram** zijn de sociale media waarop jongeren het liefst vertoeven. **Facebook** daalt in populariteit, zeker bij de jongeren uit de eerste graad. Dit in tegenstelling tot **TikTok**, wat door jongeren uit de derde graad minder gewaardeerd wordt.

Wil je jongeren bereiken, dan doe je dat dus het vlotst via het kleinood in hun zak, maar afhankelijk van het **communicatiedoel** gebruiken ze een ander kanaal. Ze communiceren meestal via **Snapchat** en **Instagram**, gevolgd door **WhatsApp**. Het valt op dat Facebook Messenger en sms inboeten aan populariteit. Sms'en doen ze enkel nog met hun ouders. Overleg over schooltaken gebeurt via WhatsApp en geheimen delen ze vooral via Snapchat. Jongerencommunicatie is dus zeer versnipperd.

In de wereld van **streamen** is YouTube koning, met Netflix en Spotify aan zijn zijde. Het valt op dat jongeren traditionele media op een klassieke manier consumeren. Televisie kijken en radio luisteren, doen ze vooral via het conventionele toestel.

Via de klassieke media zoals televisie volgen jongeren niet echt het **nieuws**. Hun interesse in de actualiteit is over het algemeen laag. Wanneer ze toch nieuwsfeiten checken dan is dit vooral via sociale media. Naarmate ze ouder worden stijgt hun interesse in actuele feiten.

Ook **online activisme** kent een plek in hun digitale wereld. Facebook is hiervoor een geschikt medium vanwege de rijke mogelijkheden zoals groepen en evenementen. Een klein aantal jongeren volgt actuele maatschappelijke discussies via Facebook door nieuwsartikelen, posts en comments over dit topic te lezen.

Bijna een vijfde van de jongeren, vooral meisjes, is **online slecht behandeld, lastig gevallen** of zag iets wat hem of haar **van streek maakte**. Dat was meestal door het ontvangen van kwetsende berichten. Slachtoffers luchten hun hart vooral bij vrienden. Ook omstaanders die getuige zijn van cyberpesten stappen naar het slachtoffer of naar hun vrienden om dit te bespreken. Jongeren lossen het dus vooral op onder de kameraden.

Ook seksuele ontwikkeling krijgt steeds vaker een digitale component. Naarmate ze ouder worden doen jongeren meer aan **sexting**. In de meerderheid van de gevallen sturen ze sexts naar hun lief of iemand waar ze verliefd op zijn. We juichen toe dat jongeren meer en meer **onherkenbaar** sexten. Een vijfde van de jongeren is ooit onder druk gezet, maar daarom geven ze niet allemaal toe aan de druk. Bij de jongeren die aan sexting doen had één derde achteraf spijt.



Wat **privacy** betreft zijn jongeren vooral selectief in het accepteren van vriendschapsverzoeken. Over het algemeen **scoren ze niet hoog op hun privacymanagement**, waarbij meisjes een stapje voor hebben. De jonge meningen zijn heel verdeeld over de controle van hun persoonlijke gegevens via sociale media. Sommigen geloven dat ze veel controle hebben, anderen helemaal niet en een andere groep blijft neutraal. Over het algemeen zijn jongeren meer bezig met hun privacy naarmate ze ouder worden.

Het digitale neemt dus nog altijd een belangrijke plek in in de leefwereld van jongeren. Ondanks dit grote aandeel in hun leven zien we dat ze met hun ouders **niet vaak praten over regels of afspraken**. Wanneer er toch regels bepaald worden, dan is dit meestal in overleg met hun ouders of voogd. Doorheen het onderzoek valt het op dat jongeren die thuis in overleg met hun ouders afspraken maken over hun mediagebruik ook sneller bij hen aankloppen wanneer ze vragen hebben of als er online iets fout loopt.

De nieuwe trends uit deze editie zijn stof tot nadenken voor onder andere opvoeders, leerkrachten, ouders, jeugdwerkers, beleidsmakers en bedrijven. Deze reflecties lees je in ons rapport met **aanbevelingen**.



COLOFON

Tekst: Emmy Vandebussche, Joos Callens, Marion Van Hecke, Niek Godfroid

Lay-out en illustraties: Ruimle

Onderzoeksteam: Bart Vanhaelewyn, Cato Waeterloos, Glen Joris, Koen Ponnet, Marijn Martens, Ralf De Wolf en Tom De Leyn (imec-mict UGent) en Joris Van Ouytsel (MIOS, UAntwerpen)

Speciale dank gaat uit naar alle leerkrachten en directies van de deelnemende scholen die de enquêtes bij hun leerlingen afnamen.

Hieraan werkten 20 verschillende scholen mee:

- PTI Ninove (Ninove),
- Sint-Jozef-Klein-Seminarie (Sint-Niklaas),
- Busleyden Atheneum Campus Botaniek (Mechelen)
- VTI Brugge (Brugge),
- VTI Deinze (Deinze),
- Moretus Ekeren Katholiek O.C. (Ekeren),
- Visitatie (Mariakerke, Gent),
- Stedelijk Lyceum Linkeroever (Antwerpen),
- Instituut Sancta Maria (Ruislede),
- Stedelijk Lyceum Lakbors (Deurne),
- Broederschool Stekene (Stekene),
- Sint-Jozefinstituut (Ternat),
- Annuntiata-Instituut (Veurne),
- Sint-Godelievecollege (Gistel),
- Provinciale Kunsthumaniora PIKOH (Hasselt),
- Margareta Maria Instituut (Kortemark),
- Imelda-Instituut (Brussel),
- Provinciale Middenschool Gent (Gent),
- Onze-Lieve-Vrouw-van-Lourdescollege-Edegem (Edegem),
- Middenschool Heilig Hart instituut (Bree),
- Go! Atheneum Antwerpen (Hoboken).

MEER INFO

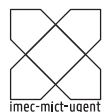
Bijhorende filmpjes rond mediagebruik van kinderen en jongeren (her) bekijken? Een lezing op maat? Een presentatie met de belangrijkste onderzoeksresultaten en aanbevelingen voor jouw school, bib of vereniging? Surf dan naar www.apestaartjaren.be

Extra vragen over het onderzoek kan je stellen via info@apestaartjaren.be.

facebook: /apestaartjaren
twitter: @apestaartjaren

This project had 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.

ISBN nummer D/2020/13815/5
V.U: Joos Callens, Smidsestraat 130, 9000 Gent





APESTAARTJAREN

JONGEREN EN DIGITALE MEDIA