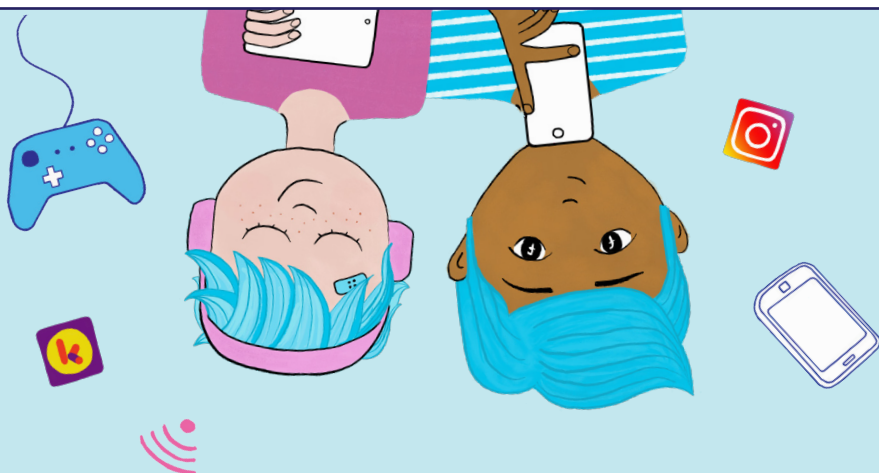




APESTAARTJAREN

DE DIGITALE LEEFWERELD VAN KINDEREN EN JONGEREN



OK BUT
FIRST
LET ME
TAKE A
SELFIE



VOORWOORD

Apestaartjaren is in volle beweging. Vorige editie vierden we nog feest voor ons tienjarig bestaan, dit jaar klinken we op een nieuwe samenwerking. Mediawijs vervoegt voortaan Mediaraven en de onderzoeksgroep imec-MICT (UGent) in hun ambitie om tweejaarlijks het mediagebruik van Vlaamse kinderen en jongeren in kaart te brengen.

Voor het eerst in de geschiedenis van Apestaartjaren deden we een uitgebreide bevraging in lagere scholen, en dat zelfs al bij kinderen vanaf zes jaar. Het biedt ons een unieke kijk op de digitale leefwereld van de allerjongsten.

Digitale media zijn de maks! Toch hebben we ook in deze editie aandacht gegeven aan de risico's die ermee verbonden zijn. Zo stonden we onder andere stil bij privacy, sexting, cyberpesten en digitale balans. Met de cijfers rond digitale balans gingen we verder aan de slag, zodat we jullie in dit rapport zeven unieke kinder- en jongerenprofielen kunnen voorstellen.

Ook het rapport zelf zit in een nieuw jasje. Voor de opbouw kozen we dit jaar voor het eerst voor een indeling volgens bezit, gebruik en gedrag. Onder gedrag maken we vervolgens een onderscheid tussen eigen gedrag, gedrag in interactie met anderen en gedrag in interactie met de technologie. Daarnaast laten we hier en daar enkele jongeren zelf aan het woord.

We wensen jullie veel leesplezier, inspiratie en goesting om in actie te schieten!

INHOUD



06
METHODOLOGIE

08
WAT ZE HEBBEN

14
WAT ZE ERMEE DOEN



30
GROEILIJN

34
HOE ZE ZICH GEDRAGEN

52
BESLUIT



METHODOLOGIE

Het Apestaartjaren-onderzoek is een tweejaarlijkse bevraging door Mediaraven, Mediawijs en de onderzoeksgroep imec-MICT van de Universiteit Gent. Het onderzoek bestaat uit twee bevestigingen: een uitgebreide survey bij kinderen (6-12 jaar) in de lagere school en bij jongeren (12-18 jaar) in de middelbare school.

Alles rond nieuws, informatie en online burgerschap zal je in dit rapport niet kunnen lezen. We kozen dit jaar voor een afgebakende focus in onze rapportage, en plannen in het najaar met die cijfers naar buiten te komen.

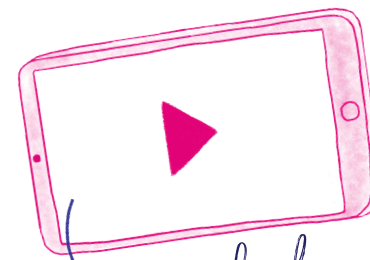


KINDEREN

Tussen oktober 2017 en januari 2018 vulden 1158 kinderen uit de lagere school een online of offline enquête in. Twaalf basisscholen werkten aan dit onderzoek mee: Boom Park (Boom), De Graankorrel (Herselt), Het Klepperke (Balen), Het Laerhof (Merksem), Sint-Joost-aan-Zee (Sint-Joost-ten-Node), Sint-Jozefsinstituut (Geraardsbergen), Onze-Lieve-Vrouwecollege (Oostende), De Springplank (Westerlo), Vrije Basisschool Merksplas (Merksplas), Neerland (Wilrijk), O.L.V.O. (Knokke-Heist) en Otegem (Zwevegem).

Deze enquête werd in klasverband afgenomen en polste naar mediabezit, mediagebruik, reclamewijsheid, wachtwoorden, privacy, digitale balans en mediaopvoeding.

Het aantal kinderen werd aan de hand van officiële cijfers van het Vlaamse Ministerie voor Onderwijs bepaald. Door middel van wegingscoëfficiënten op de variabelen geslacht en leerjaar bleef de socio-demografische representativiteit voor Vlaanderen gegarandeerd voor de totale steekproef. Na weging namen 1155 geldige respondenten deel: 582 jongens (50,4%) en 573 meisjes (49,6%). Op zeven leerlingen na waren alle deelnemende kinderen tussen de 6 en 12 jaar oud.



icoon kinderen



icoon jongeren



JONGEREN

Er nam opnieuw een groot aantal jongeren deel aan deze editie van het onderzoek. In oktober en november 2017 vulden 2681 jongeren de online enquête in. Hieraan werkten tien verschillende scholen mee: KTA Brugge (Brugge), College O.-L.-V.-ten-Doorn (Eeklo), Sint-Jozefsinstituut (Kontich), O.-L.-Vrouwlyceum (Genk), Middenschool Heilig Hart (Bree), Sint-Jozefsinstituut (Ternat), Broederschool (Stekene), Onze Lieve Vrouw Ter Duinen (Zeebrugge), Stedelijk Lyceum Meir (Antwerpen) en Middenschool Bredene (Bredene).

Ook deze enquête werd in klasverband afgenomen en polste naar mediagebruik en -bezit, privacy, sexting, cyberpesten en digitale balans. Vervolgens verwerkte de onderzoeksgroep imec-MICT van Universiteit Gent de resultaten.

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. Na deze weging bestaat onze steekproef uit 2000 jongeren, waarvan 1017 jongens (51%) en 983 (49%) meisjes. Op 53 leerlingen na waren alle deelnemende jongeren tussen de 12 en 18 jaar oud.

De resultaten van de kinderen en de jongeren behandelen we niet in twee afzonderlijke delen. De bevindingen komen gespreid in elk hoofdstuk aan bod. We spreken consequent over kinderen (lagere school) en jongeren (middelbaar) en geven visueel (tablet voor kinderen en smartphone voor jongeren) aan over wie het telkens gaat. Uiteraard vergelijken we de cijfers ook met de vorige editie. Hou er rekening mee dat het kinderonderzoek in 2016 enkel kinderen tussen 9 en 12 jaar bevroeg.

WAT ZE HEBBEN



KINDEREN ZETTEN DE TABLET OP KOP

Mobiele toestellen zijn al bij de allerjongsten hip en handig. De **tablet** heeft heel wat fans in de lagere school. Ook de **computer** en **smartphone** worden door ongeveer de helft van de kinderen gebruikt. Een meerderheid van de kinderen kijkt **televisie**. Dat gebeurt vooral in een sociale setting met familie of vrienden. In mindere mate spelen kinderen spelletjes met een **spelconsole**. Ze doen dat vandaag eerder op een tablet.

TOESTEL	KINDEREN
Tablet	67%
Televisie	61%
Computer	57%
GSM/ smartphone	49%
Spelconsole	36%

Tabel: Welk toestel gebruik je soms?



Jonge bezitters

Heel wat kinderen beschikken op erg jonge leeftijd al over een eigen toestel. We vermoeden dat het niet altijd om nieuwe toestellen gaat. Waarschijnlijk worden gebruikte toestellen doorgegeven binnen het gezin. **Televisie** is een gedeeld toestel, weinig kinderen hebben dus een eigen exemplaar.

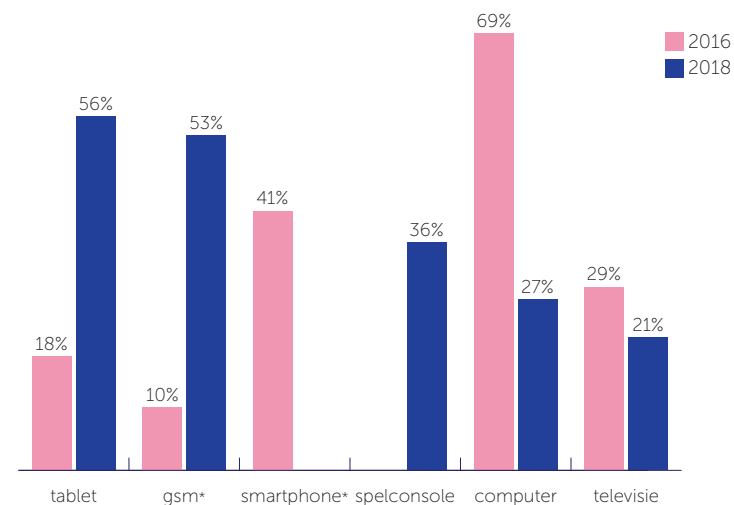
Bij de **tablet** stijgt het persoonlijk bezit bij 9-tot 12-jarigen van 18% in 2016 naar bijna 56% in 2018. De sterke daling bij **computers** springt in het oog: van 70% naar nog geen 27%.



"IK VIND DE TABLET
LEUKER DAN DE
COMPUTER OMDAT ER
OP DE TABLET VEEL
SPELLETJES STAAN."
(KENNETH, 7 JAAR)

Het lijkt erop dat heel wat kinderen hun computer hebben ingeruild voor een eigen tablet. De tablet neemt nu eenmaal bepaalde functies over van de computer, zoals filmpjes kijken, spelletjes spelen en muziek luisteren. Het toestel is bovendien mobieler, wat zijn enorme populariteit kan verklaren.

Persoonlijk bezit van een tablet neemt toe tot de leeftijd van 11 jaar. In de laatste jaren van de lagere school neemt dat aantal af, in het voordeel van de **gsm of smartphone**. Hoe ouder de kinderen, hoe hoger het percentage met een eigen gsm of smartphone. Al heeft toch één op vijf kinderen jonger dan 8 ook al een eigen exemplaar.



*In de editie van 2018 werd gsm/smartphone niet apart bevraagd bij kinderen.
Tabel: Ik heb een eigen... (9-12 jarigen)



JONGEREN EN HUN SMARTPHONE

"HET IS ECHT EEN GEWOONTE.
ALS IK DAT NIET ZOU HEBBEN...
MIJN WEKKER STAAT DAAROP EN
ALLES DRAAIT DAAR WEL ROND"
(JONI, 18 JAAR)

Waar het bij kinderen vooral om de tablet draait, zien we dat bij jongeren de smartphone alomtegenwoordig is: 95% van de jongeren heeft een eigen smartphone. Voor veel jongeren is de **smartphone** niet alleen een verlengstuk van hun lichaam, het beminde toestel is ook stevig verweven met hun gedachten, gesprekken en het geheugen.

Een smartphone kopen

De meeste jongeren zijn 12 jaar als ze hun eerste eigen smartphone in handen krijgen. In de eerste graad van het middelbaar onderwijs heeft meteen 92% van de jongeren een eigen toestel. In de tweede en derde graad versterkt de smartphone zijn aandeel nog.

	EERSTE GRAAD	TWEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Smartphone	92%	97%	97%

Tabel: eigen smartphone

Wanneer jongeren een smartphone aanschaffen, hechten ze vooral belang aan de technische eigenschappen, het uiterlijk en de prijs. Waar voor jongeren uit de eerste graad het advies van ouders nog meespeelt, is dat voor jongeren uit de tweede en derde graad veel minder belangrijk. Tegelijkertijd worden de technische functies en het uiterlijk duidelijk nog belangrijker, terwijl de prijs dezelfde invloed behoudt. Bij jongeren die hun smartphone zelf of gedeeltelijk zelf betalen is de prijs nog belangrijker en het advies van ouders minder van belang.

	EERSTE GRAAD	TWEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Technische eigenschappen	80%	88%	87%
Advies van ouders	42%	28%	19%

Uiterlijk van het toestel	65%	65%	72%
Prijs van het toestel	67%	69%	67%
Advies van vrienden	19%	21%	21%
Advies van experts	46%	45%	48%

Tabel: Door wat laat je je leiden als je een (nieuwe) smartphone kiest?

Wie nog geen smartphone heeft, is meestal gewoon nog tevreden met zijn oude gsm (67%) of vindt een smartphone niet nodig (45%) of te duur (44%). Angst voor eigen gezondheid (5%) of privacy (11%) speelt bij weinig jongeren mee om van smartphones weg te blijven.

iOS (Apple)	51%
Android (Google)	43%
Weet ik niet	5%
Andere	1%

Tabel: mijn huidige smartphone draait op...

Iets meer dan de helft van de jongeren gebruikt vandaag iOS, het besturingssysteem van de Apple iPhone. Daarnaast draaien de meeste andere toestellen op Android van Google.

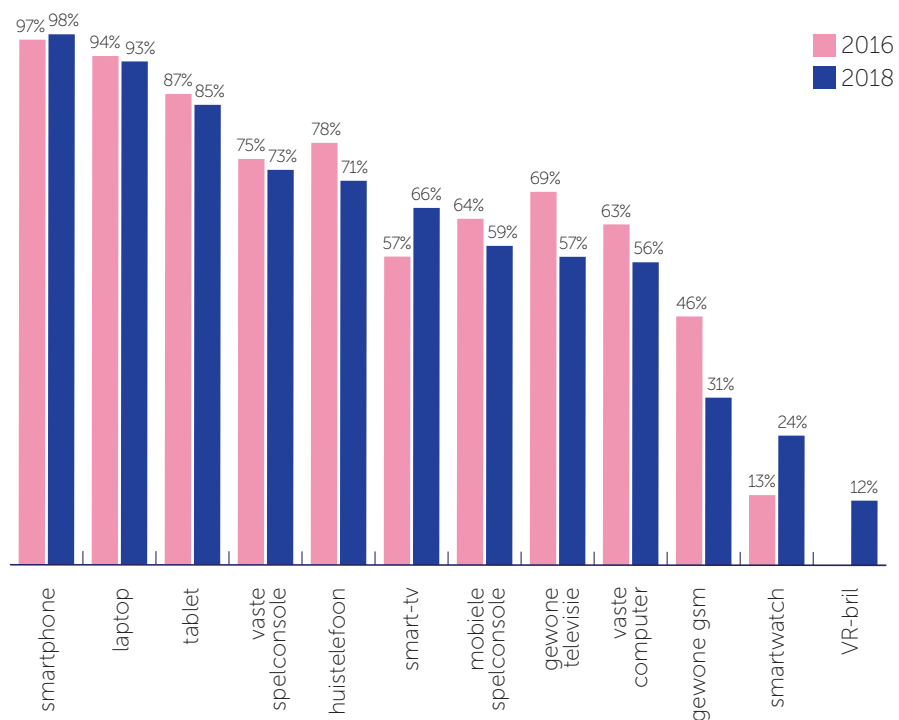
Mobiel internet voor iedereen

De online en offline wereld zijn voor jongeren sterk met elkaar verweven en de smartphone is de meest gekozen brug tussen die twee werelden. Zowat elke jongere die een smartphone heeft, gebruikt die om via de wifi thuis (98%) te surfen. Ook mobiel surfen is intussen iets alledaags geworden. Het grootste deel van de jongeren (83%) maakt gebruik van mobiele data om online te gaan.



De opmars van de smart toestellen

Als we kijken naar welke toestellen thuis aanwezig zijn bij jongeren, zien we geen grote veranderingen in twee jaar tijd. De gewone **televisie** moet een deel van zijn publiek afstaan, waarschijnlijk ten voordele van de **smart-tv**. Vooral vaste toestellen verliezen langzaam aan terrein. Een opvallende stijger dit jaar: de **smartwatch** kan in 2018 al op 24% jonge gebruikers rekenen.



Tabel: Welke van volgende toestellen zijn bij jou thuis aanwezig?



Bij eigen bezit torent de **smartphone** hoog boven alle andere toestellen uit. Ongeveer de helft van de jongeren heeft daarnaast nog een laptop en/of tablet. De **mobiele toestellen** blijven daarmee dus een pak populairder dan hun vaste tegenhangers.

TOESTEL	2018
Smartphone	95%
Laptop	56%
Tablet	42%
Vaste spelconsole	38%
Mobiele spelconsole	34%
Gewone televisie	14%
Smart-tv	11%
Vaste computer	11%
VR-bril	9%
Gewone gsm	7%
Smartwatch	5%
Huistelefoon	1%
Geen van deze	6%

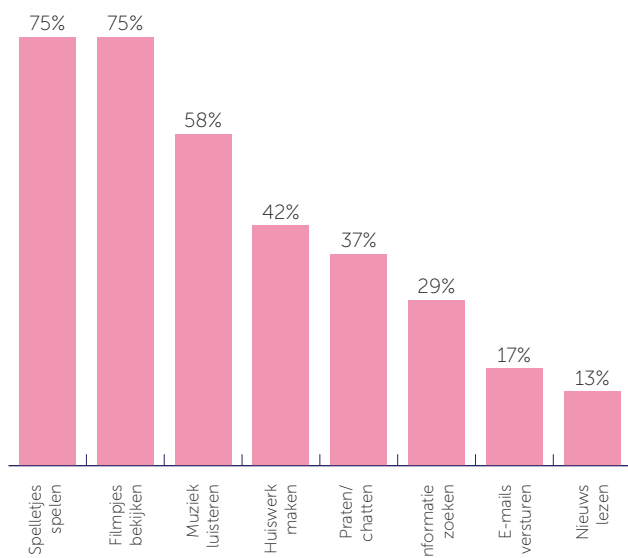
Tabel: Eigen toestel



WAT ZE ERMEE DOEN



SPELLETJES SPELEN EN FILMPJES BEKIJKEN



Tabel: Ik gebruik mijn toestellen om...

Kinderen houden van **spelletjes** en bekijken graag **filmpjes**. De tablet blijkt daarvoor een zeer geschikt toestel: de grootte van het scherm is ideaal en dankzij het touchscreen is het ook vlot in gebruik. Daarnaast luistert zes op tien naar **muziek**. Daarmee hebben we meteen de drie voornaamste digitale activiteiten van kinderen besproken. Net iets minder dan de helft gebruikt daarnaast het wereldwijde web als hulp bij het **huiswerk**. Bijna 30% zegt het internet ook te gebruiken om algemeen **informatie** op te zoeken. Ruim een derde van de kinderen gebruikt hun toestellen om te praten of **chatten** met vrienden. Dat is een pak minder dan bij de jongeren, waar sociaal contact duidelijk aan belang wint. De minst populaire activiteiten zijn het versturen van **e-mails** en het lezen van **nieuws**. De activiteiten van een kind uit



het eerste leerjaar verschillen natuurlijk erg van die van een kind uit het zesde leerjaar. Bij een ouder kind is het activiteitengamma al heel wat uitgebreider en gevarieerder.

Nog één spelletje, pleeease?

Minecraft, Subway Surfers, Clash Royale... het is slechts een greep uit de vele spelletjes die kinderen downloaden in verschillende appstores. Vooral vriendjes en vriendinnetjes bepalen welke spelletjes hip zijn.

ALGEMENE TOP 5

1	Minecraft (39%)
2	Google Play Store (33%)
3	Subway Surfers (32%)
4	Clash Royale (27%)
5	Spelletjes.nl (26%)

Tabel: Ik speel...

Google Play Store staat hier opvallend hoog genoteerd. Dat moeten we wellicht met een korreltje zout nemen: in het onderzoek interpreteerden kinderen dat waarschijnlijk als de zoekmachine.

Iets meer dan 60% van de kinderen die spelletjes spelen, speelt alleen. Ook hier zien we dus dat kinderen hun toestellen nog niet vaak gebruiken voor sociaal contact. Als ze dan toch samen gamen, houdt 34% het bij bekenden. 16% gamede al met mensen die ze niet kennen in het dagelijkse leven.



Naar bed? Als mijn filmpje gedaan is!

YouTube is bij kinderen het aller populairste platform. 82% van de kinderen gebruikt het. Dat is een grote stijging ten opzichte van 44% in 2016, al bevroegen we toen enkel de 9- tot 12-jarigen. YouTube beantwoordt hun grote interesse voor filmpjes en muziek helemaal. Hoe ouder de kinderen, hoe hoger het percentage YouTube-gebruikers. We zien een stijging van 73% bij de eerste graad tot 91% bij de derde graad. Bijna alle kinderen gebruiken tegenwoordig dus YouTube.



Ketnet kan - hoewel met een grote tussensprong - ook op veel populariteit rekenen. Met de mogelijkheid om er filmpjes te bekijken en spelletjes te spelen, speelt het platform perfect in op de interesses van kinderen. 43% van de kinderen gebruikt Ketnet. Hiermee blijft het platform stabiel ten opzichte van 2016.

Ketnet is vooral populair bij de jongste kinderen. Meer dan de helft (56%) gebruikt het. Naarmate ze ouder worden, neemt het gebruik af.

"IK VIND KETNET NIET MEER ZO LEUK ALS VROEGER. DAAROM GEBUIK IK MIJN KETPROFIEL NIET MEER"
(JULES, 11 JAAR)

Ook het gebruik van **Karrewiet**, de nieuwsapp van Ketnet, neemt af naarmate de kinderen ouder worden. 38% van de kinderen uit het eerste of tweede leerjaar gebruikt Karrewiet. In de oudste graad is dat nog 24%.

36% van de kinderen bekijkt soms films of series op **Netflix**.

"NETFLIX EN YOUTUBE ZIJN EVEN TOFI!"
(MATHIS, 11 JAAR)

Waarschijnlijk genieten ze mee van het abonnement van hun ouders, Netflix is immers een betalende dienst. 13% kijkt naar de gratis concurrent **Popcorn time**.

Speels leren

Anno 2018 zijn er verschillende educatieve applicaties en platformen beschikbaar voor kinderen. **Computermeester** is zo'n website met educatieve spelletjes die niet per se aan de school van de kinderen gebonden is. Een zesde van de kinderen gebruikt deze site om tafels in te oefenen, werkwoorden te vervoegen en meer. Daarnaast bestaan er nog platformen die wel aan school verbonden zijn. Enerzijds is er **Smartschool**: de elektronische leeromgeving die leerkrachten en leerlingen ondersteunt in hun leerproces. Smartschool heeft de weg nog

niet echt gevonden naar de leerlingen van de lagere scholen. Nog geen 10% van de kinderen gebruikt het. Het is dan ook

een platform dat in eerste instantie ontwikkeld werd voor het secundair onderwijs. Anderzijds is er **Bingel**, een oefen- en leerplatform dat specifiek op lagere scholen gericht is en door zes op de tien kinderen gebruikt wordt.

"SOMS WERK IK OP DE COMPUTER VOOR SCHOOL OP BINGEL. DAT IS EEN EILAND EN DAAR ZIJN ALLEMAAL OPDRACHTJES."
(ANNA, 7 JAAR)

Social media



	EERSTE GRAAD	TWEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Whatsapp	15%	22%	46%
Snapchat	19%	29%	44%
Instagram	14%	17%	40%
Musical.ly	17%	27%	31%
Facebook	15%	14%	27%
Skype	17%	17%	31%

Tabel: Ik gebruik...

Het aandeel kinderen dat social media gebruikt, groeit stap per stap met hun leeftijd. In het eerste en tweede leerjaar hebben de belangrijkste social media gemiddeld nog maar 16% gebruikers. In het vijfde en zesde leerjaar haalt topper **Whatsapp** intussen al 46%. In de eerste en tweede graad van de lagere school zie je een lichte voorsprong voor de speelsere apps **Snapchat** en **Musical.ly**. Die voorsprong komt tot volle bloei in het derde en vierde leerjaar. Beide apps worden dan door bijna 30% van de kinderen gebruikt. **Skype** scoort ook iets hoger in de eerste graad. Vanaf de tweede graad krijgt het concurrentie van Whatsapp, waarvoor je een telefoonnummer nodig hebt. In de derde graad maken **Whatsapp** en **Instagram** de grootste vooruitgang. Samen met Snapchat ronden ze af op meer dan 40% van de kinderen. **Musical.ly** stagneert echter en krijgt rond de 30% het gezelschap van **Facebook** en **Skype**.



WAAR HANGEN JONGEREN ROND?

Kinderen zijn nog niet heel actief op social media. De overgang naar de middelbare school, blijkt daar een belangrijk kantelpunt.

Jongeren zien hun smartphone als een nuttig hulpmiddel om met hun vrienden in contact te blijven.

"IK ZOU VOORAL HET CONTACT MET MENSEN MISSEN ALS IK MIJN GSM NIET MEER KON GEBRUIKEN. APPS EN SPELLETJES GEBRUIK IK NIET ECHT. IK GEBRUIK HET ECHT OM HET CONTACT MET MENSEN TE ONDERHOUDEN"

(JONI, 18 JAAR)

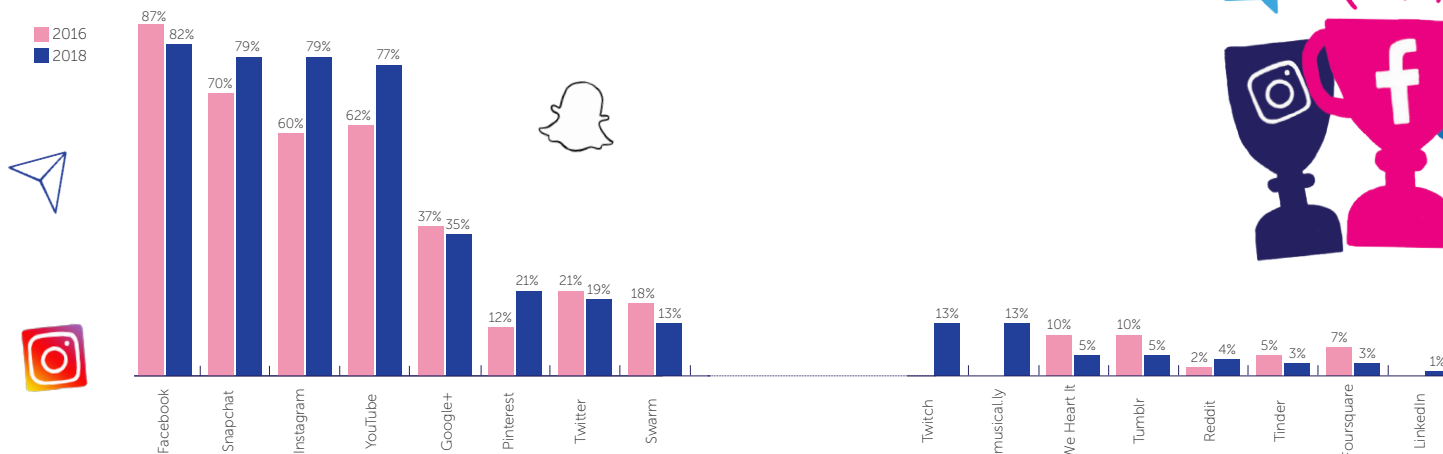
Facebook krijgt gezelschap

Binnen de top vier van de meest gebruikte sociale netwerken bij jongeren, zien we een aantal interessante bewegingen. **Facebook** verliest opnieuw actieve gebruikers (minstens één keer per maand gebruikt) en daalt van 87% naar 82% van de Vlaamse jongeren.

Waar we in 2016 nog getuige waren van de opmars van **Snapchat**, zien we dat het netwerk de kloof met Facebook intussen bijna volledig heeft gedicht. Meer nog: het krijgt daarbij gezelschap van **Instagram**, dat een nog grotere inhaalbeweging maakt. Beide netwerken mogen erop rekenen dat bijna acht op de tien jongeren minstens maandelijks inlogt. **YouTube** sluit het rijtje af. Het aantal jongeren met een actieve account stijgt van 62% in 2016 naar 77% in 2018. De verschillen in gebruik worden dus steeds kleiner. We verlaten hiermee de vaste top vier met een duidelijke rangschikking, en evolueren richting een structuur met vier grote koplopers.

"OP FACEBOOK BEN IK EIGENLIJK NIET ZO ACTIEF. IK HEB DAT WEL EN IK STUUR WEL VIA MESSENGER, MAAR OP FACEBOOK ZELF PLAATS IK NIET MEER ZOVEEL. IK HEB ZELFS AL TWEE JAAR DEZELFDE PROFIELFOTO"

(TAMMY, 16 JAAR)



Tabel: Afgelopen maand gebruikt

Gameplatform **Twitch** en de veelbelovende app **musical.ly** werden dit jaar voor het eerst bevraagd. Beide platforms eindigen op 13%. Dat is een verrassend laag cijfer voor musical.ly, gezien de media-aandacht die de app voorbij jaren heeft gekregen.

We zien dan ook dat 14% van de Vlaamse jongeren zijn of haar account al heeft verwijderd. Dat cijfer ligt voor geen enkel ander sociaal netwerk zo hoog. Bovendien moet musical.ly het vooral hebben van jongeren in de eerste graad van het secundair onderwijs. In de tweede en de derde graad kent de app respectievelijk nog 9% en 3% gebruikers.

"MUSICALLY HAD IK VROEGER, MAAR NU NIET MEER. IK VIND HET SAAI WORDEN. IK KIJK ER NOG NAAR, MAAR IK DOE ER ZELF NIETS MEER MEE"

(FLOOR, 13 JAAR)

	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Facebook	65%	88%	92%
YouTube	75%	81%	75%
Instagram	74%	81%	81%
Snapchat	71%	81%	85%

Tabel: Afgelopen maand gebruikt





Als we de vier koplopers bekijken over de verschillende leeftijden heen, stellen we een aantal opvallende zaken vast. In de **eerste graad** van het secundair onderwijs heeft nog maar 65% van de Vlaamse jongeren een actieve account op Facebook. Hen vind je vooral op YouTube (75%), Instagram (74%) en Snapchat (71%).

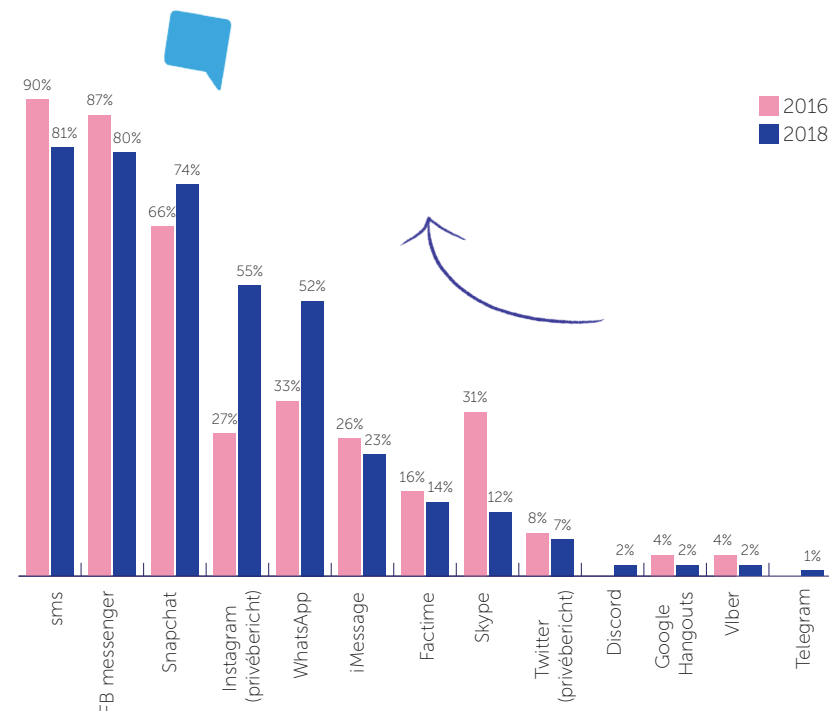
In de **tweede graad** van het secundair onderwijs kent Facebook een sterke stijging naar 88% actieve gebruikers. Snapchat, Instagram en YouTube doen in deze leeftijdscategorie niet onder, met elk 81%.

Facebook kan op het hoogste percentage actieve gebruikers rekenen in de oudste leeftijdsgroep. In de **derde graad** van het secundair onderwijs is 92% van de Vlaamse jongeren actief op Facebook. YouTube neemt hier een bescheiden duik, en valt terug naar 75% actieve gebruikers.

De opmars van Snapchat en Instagram

Jongeren maken ook massaal gebruik van digitale kanalen om te communiceren. We vroegen hen op welke manieren ze de voorbije weken privéberichten stuurden. **Sms** (81%) blijft heel populair, maar deelt (op één procent na) voortaan wel de eerste plaats met **Facebook Messenger** (80%). Nochtans verliezen beide kanalen terrein in vergelijking met 2016. Ze krijgen langzaam maar zeker gezelschap van **Snapchat** (74%), en in mindere mate ook van **Instagram** (55%) en **WhatsApp** (52%). Instagram is daarbij de sterkste stijger. In 2016 verstuurde nog maar 27% wekelijks privéberichten via dat kanaal. Dat is een verdubbeling in twee jaar tijd. Een mogelijke verklaring is dat Instagram in 2016 Stories lanceerde. Als je op een Instagram Story reageert, dan is dat automatisch via een privébericht. WhatsApp kan vandaag ook op een pak meer gebruikers rekenen dan in 2016 (33%), maar moet door de spectaculaire inhaalbeweging van Instagram toch een plaatsje zakken in de top vijf. Eén ding staat vast: jongeren communiceren naar hartenlust via social media.

"SOMS ZIJN WE BEZIG VIA MESSENGER, SNAPCHAT EN SMS, EN HEBBEN WE DRIE VERSCHILLENDE GESPREKKEN TEGELIJKERTIJD"
(UDOKA, 15 JAAR)



¹ Discord stond niet in de originele vragenlijst met berichtendiensten, maar werd wel vaak vermeld bij de open vraag: 'andere berichtendiensten'. Vermoedelijk hadden meer jongeren dit aangeduid mocht dit wel in de vaste lijst gestaan hebben.

Tabel: Op welke manieren stuurde je de voorbije week privéberichten?

Wanneer we de top vijf over de verschillende leeftijden bekijken, zien we dat jongeren uit de eerste graad van het secundair onderwijs over het algemeen minder privéberichten sturen dan leerlingen uit de tweede en derde graad. Behalve via WhatsApp: met 64% wordt de app in de eerste graad wekelijks beduidend meer gebruikt dan in de tweede (43%) en derde (50%) graad. Daarnaast zien we in de tweede graad een felle opmars van Facebook Messenger. Waar in de eerste graad nog maar 63% van de jongeren privéberichten stuurt via Messenger, stijgt dat in de tweede graad naar 88%. Vermoedelijk hangt dat samen met de sterke stijging in Facebookgebruik vanaf de tweede graad van het secundair onderwijs.



Streaming maestro!

Streamen via het internet is veruit de populairste manier om naar **muziek** te luisteren voor de Vlaamse jongeren. 85% geeft aan de afgelopen maand muziek gestreamd te hebben. Ter vergelijking: de radio heeft slechts 48% luisteraars onder de Vlaamse jongeren. Ze gebruiken het vaakst YouTube (79%) om te streamen, gevolgd door Spotify (50%) en Apple Music (21%).



Vlaamse jongeren kijken vooral via streamingdiensten (75%) en televisiezenders (68%) naar **films en series**. Ze doen dat opnieuw het vaakst via YouTube (60%), gevolgd door Netflix (51%) en Popcorn time (26%). Waar we vorige editie nog concludeerden dat jongeren liever niet betalen voor films en series, zien we dit jaar dus dat streamers vaker het betalende Netflix gebruiken dan de gratis concurrent Popcorn Time. Een verklaring zou kunnen zijn dat Popcorn Time de voorbije jaren hard werd aangepakt door de overheid, en daardoor niet altijd beschikbaar was.

"IK KIK NETFLIX OP MIJN GSM
EN DAAROM GEBUIK IK MIJN
SMARTPHONE ZO VAAK"
(TARI, 18 JAAR)

De **smartphone** is het populairste toestel om video op te bekijken. 65% zegt dagelijks naar filmpjes te kijken op zijn of haar smartphone. Het steekt hiermee voor het eerst het televisiescherm voorbij, dat blijft steken op net niet de helft van de jongeren. De tablet moet het hier stellen met de laagste score, slechts 17%.

TOESTEL	DAGELIJKS
Smartphone	65%
Televisiescherm	48%
Laptop of een vaste computer	31%
Tablet	17%

Tabel: Ik kijk dagelijks video via...



Jonge smartphone gamers

Dat jongeren graag gamen, zien we ook dit jaar weer heel duidelijk in de cijfers. De smartphone blijft ook hier het populairste toestel. In 2016 gaf de helft van de jongeren aan dat ze de voorbije maand een spelletje op hun **smartphone** hadden gespeeld. In 2018 stijgt dat naar een impressionante acht op de tien jongeren. 48% doet dat zelfs dagelijks. Bijna de helft van de Vlaamse jongeren grijpt maandelijks naar een spelconsole en/of pc om te gamen.

Een belangrijke kanttekening is dat de intensiteit van het gamegedrag daalt met de **leeftijd**. Waar in de eerste graad van het secundair onderwijs nog 68% van de jongeren dagelijks een spelletje speelt op de smartphone, is dat in de derde graad slechts 34% meer. We zouden dus kunnen stellen dat de smartphone spelletjes vooral heel populair zijn bij de jongste gamers.

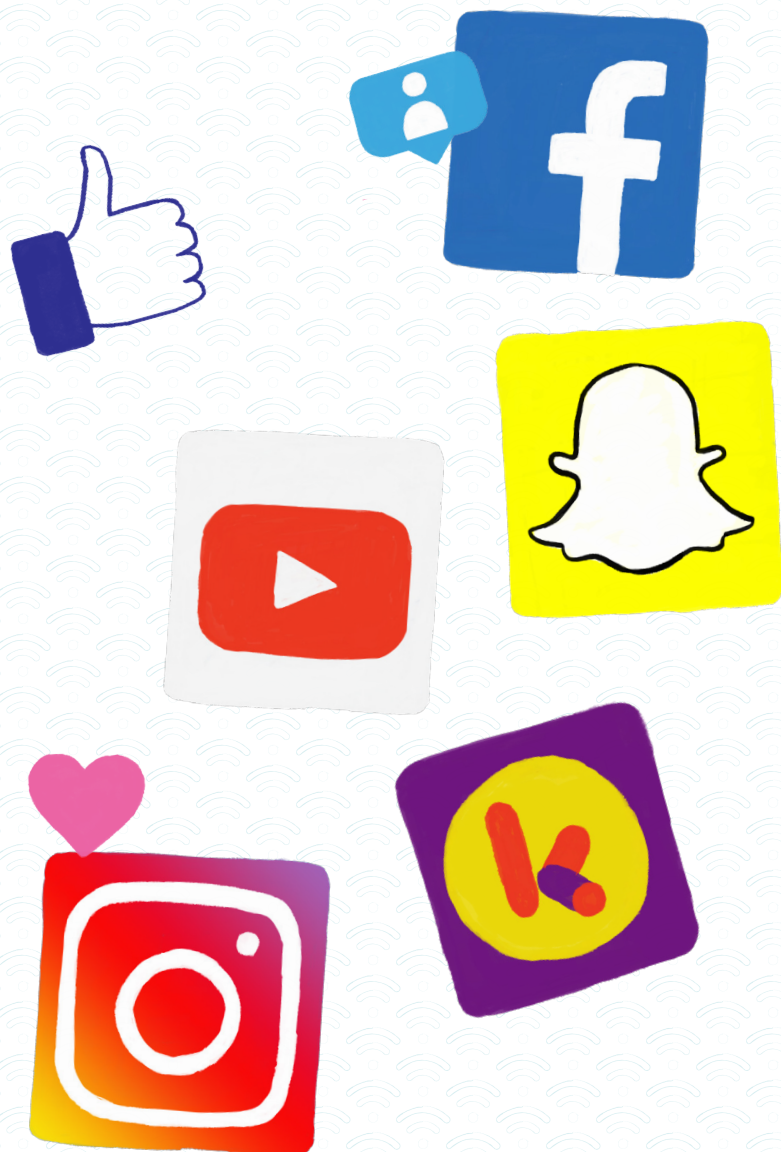
	EERSTE GRAAD	TWEDE GRAAD	DERDE GRAAD
Gsm of een smartphone	68%	44%	34%
Spelconsole aangesloten op een tv (bv. Playstation, Wii, Xbox ...)	18%	18%	14%
Laptop of een vaste computer	18%	14%	13%
Tablet	22%	9%	6%
App op smart TV (niet via spelconsole)	9%	3%	2%
Draagbare spelconsole	6%	3%	2%
2-in-1 spelconsole draagbaar/vast (bv. Nintendo Switch)	3%	1%	1%

Tabel: Op welke toestellen speelde je afgelopen maand dagelijks een spelletje?

Hoe intensief jongeren gamen, hangt ook af van de **dag**. Op een schooldag gamet 43% (van de jongeren die minstens maandelijks gamen) minder dan 30 minuten. Ruim 15% geeft aan dan minstens drie uur te gamen. Op een niet-schooldag gamen ze opvallend meer. 44% van de gamers speelt minstens drie uur op een vrije dag en 38% in het weekend.

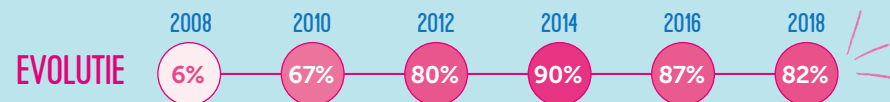
UITGELICHT: DE POPULAIRSTE PLATFORMEN

De snelheid waarmee sommige netwerken zich een weg naar de top banen, is ongezien. Hoog tijd om er de populairste platformen eens uit te lichten en de belangrijkste functies en feiten op een rijtje te zetten.



FACEBOOK

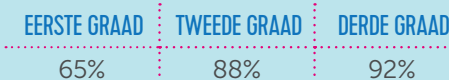
JONGEREN



85% minstens maandelijks

51% dagelijks

LEEFTIJD

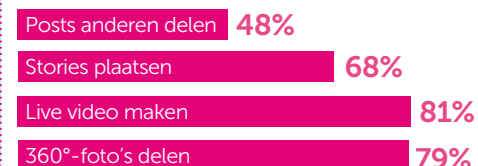


Hoe hoger de leeftijd > hoe meer facebooken!

WAT GEBRUIK JE VAAK?



WAT GEBRUIK JE WEINIG?



ZELF IETS OP JE TIJDLIJN PLAATSEN?

43%
post minder dan maandelijks

PRIVÉBERICHTEN



Jongeren uit de eerste graad sturen het minst privéberichten.

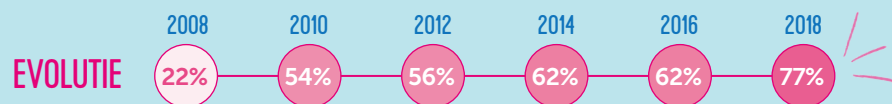
KINDEREN





YOUTUBE

JONGEREN



LEEFTIJD



In de 2de graad zijn er het meest YouTube-gebruikers.



DE POPULAIRSTE STREAMINGDIENST! ★



85% MUZIEK

▶ Spotify (50%)
▶ Apple Music (21%)



61% FILMS EN SERIES

▶ Netflix (51%)
▶ Popcorntime (26%)

KINDEREN



82% gebruikt YouTube



9% gebruikt Kindertube.nl

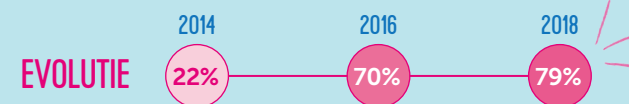
Wist je dat er iets als Kindertube.nl bestaat?

Het is een website met grappige, maar ook educatieve YouTube-filmpjes. De daar aangeboden filmpjes zijn gepast voor kinderen, maar ze kunnen er wel doorklikken naar de gewone YouTube-omgeving.



SNAPCHAT

JONGEREN



LEEFTIJD



Hoe ouder, hoe meer jongeren op Snapchat



SNAPPEN MET VRIENDEN

94%

minstens maandelijks

81%

dagelijks

SCREENSHOTS NEMEN VAN SNAPS

13%

doet het!



EEN SNAPSTORY PLAATSEN?

68%

minstens maandelijks

23%

dagelijks

PRIVÉBERICHTEN

eerste graad

65%

tweede graad

76%

derde graad

82%

Hoe ouder, hoe meer!

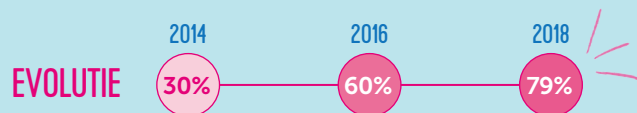
KINDEREN



28% gebruikt Snapchat

INSTAGRAM

JONGEREN



HARTJES UITDELEN!

93% minstens
maandelijks
73% dagelijks

44% 

deelt minstens elke maand
INSTAGRAM STORIES

(op Snapchat 68%)

LEEFTIJD

EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
74%	81%	81%

Hoe hoger de leeftijd > hoe meer facebooken!

WAT GEBRUIK JE VAAK?

Foto van iemand anders liken	93%
Reageren op foto van iemand anders	82%
Een foto delen	62%
Insta Story delen	44%

WAT GEBRUIK JE WEINIG?

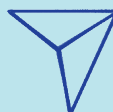
Video delen	46%
Live video delen	73%



PRIVEBERICHTEN



27%
per maand
in 2016



55%
per maand
in 2018

Door de invoering van stories worden
er nu veel meer privéberichten gestuurd

KINDEREN



20%
gebruikt Instagram



KETNET

KINDEREN

43% gebruikt Ketnet   **33%** surft naar Karrewiet 



VIDEO'S KIJKEN — lievelingsprogramma's herbekijken



SPELLETJES — quizzen, sport, muziek ...

DOEN — karaoke, knutselen, koken, ketnet-agenda

WRAP-HOEKJE —

- Ketnet-wrappers volgen
- Oproepjes door Ketnet-wrappers

TV-GIDS — Kijken welke programma's op tv zijn



KETPROFIEL —

- Foto's en video's uploaden
- Leuk vinden en reageren
- Vrienden en Ketnet-wrappers toevoegen
- Highscores van spelletjes delen

'VET OP HET NET'-KNOP — Op veel pagina's krijgen kinderen tips
mee om veilig te surfen delen

KETNET VOOR OUDERS —

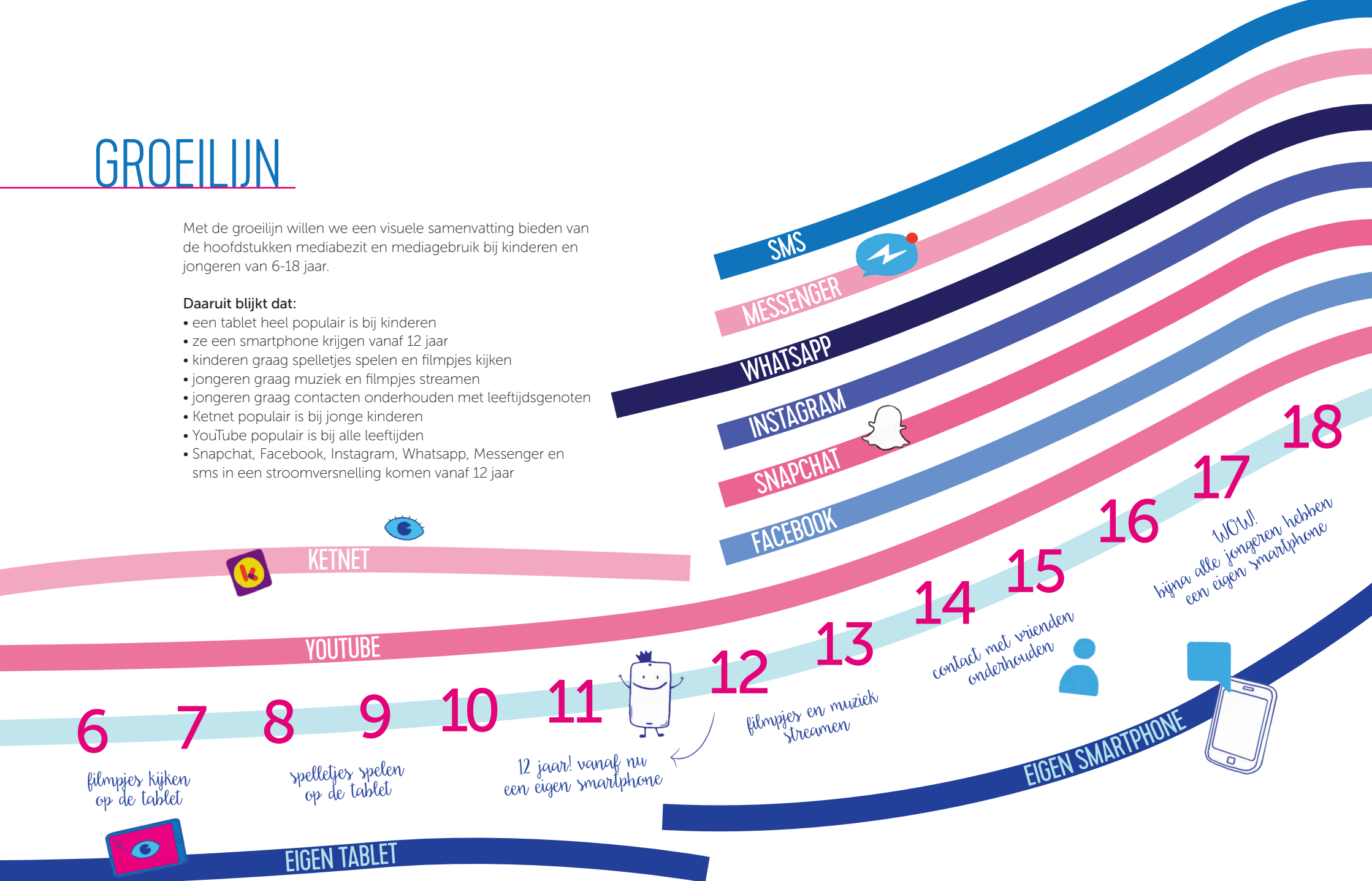
- Nieuwtjes over Ketnet
- Ouders kunnen er vragen stellen

GROEILIJN

Met de groeilijn willen we een visuele samenvatting bieden van de hoofdstukken mediabezit en mediagebruik bij kinderen en jongeren van 6-18 jaar.

Daaruit blijkt dat:

- een tablet heel populair is bij kinderen
- ze een smartphone krijgen vanaf 12 jaar
- kinderen graag spelletjes spelen en filmpjes kijken
- jongeren graag muziek en filmpjes streamen
- jongeren graag contacten onderhouden met leeftijdsgenoten
- Ketnet populair is bij jonge kinderen
- YouTube populair is bij alle leeftijden
- Snapchat, Facebook, Instagram, Whatsapp, Messenger en sms in een stroomversnelling komen vanaf 12 jaar





KINDEREN 6-12 JAAR

Een tablet is het populairste bij kinderen.
Vanaf 12 jaar is een kantelpunt voor de eerste smartphone!

EIGEN TABLET	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
	40%	58%	50%

Ze kijken super graag filmpjes of spelen spelletjes.

	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
FILMPJES KIJKEN	72%	75%	82%
SPELLETJES SPELEN	68%	79%	78%

Het valt op dat YouTube bij deze jonge kinderen al populair is.
Het stijgt doorheen de jaren. Ketnet neemt dan weer af in populariteit.

	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD
KETNET	56%	39%	31%
YOUTUBE	73%	86%	91%



JONGEREN 12-18 JAAR

Een smartphone is hét toestel voor jongeren.
Bijna alle jongeren hebben een eigen toestel. Daarmee zetten ze vooral in op het communiceren met leeftijdsgenoten.

	EERSTE GRAAD	TWEEDE GRAAD	DERDE GRAAD	
SMS	69%	82%	91%	berichten sturen
FACEBOOK MESSENGER	63%	88%	91%	
WHATSAPP	64%	43%	50%	
FACEBOOK	65%	88%	92%	checken
YOUTUBE	75%	81%	75%	
INSTAGRAM	74%	81%	81%	
SNAPCHAT	71%	81%	85%	

HOE ZE ZICH GEDRAGEN



HÉ, DA'S PRIVÉ!

Wanneer kinderen en jongeren surfen, zoeken en chatten op het net, laten ze onbewust en vaak ongewild digitale voetsporen na. Als gevolg hiervan kan heel wat van hun online activiteit teruggeleid worden naar hun persoonlijke informatie. In deze online omgeving leren kinderen best zo vroeg mogelijk waarom het belangrijk is om je privacy te beschermen.



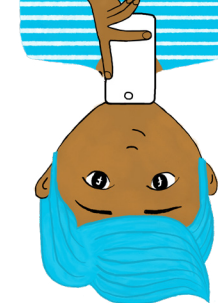
Privacy? Kinderspel!

Hoewel het makkelijk is te vervallen in een eenvoudig **wachtwoord**, wordt een kind best bewust gemaakt van het belang van een sterk - en op die manier dus veiliger - wachtwoord. Van de kinderen die al een wachtwoord hebben, zegt 41% dat ze een wachtwoord hebben bestaande uit zowel letters, cijfers als leestekens. 21% van de kinderen kiest ervoor om als wachtwoord een woord te gebruiken dat makkelijk te onthouden is. 11% van hen kiest voor een eenvoudig te onthouden zin. Bij 12% van de kinderen kennen enkel hun ouders het wachtwoord. Al is er altijd nog ruimte voor verbetering: 7% van de kinderen die een wachtwoord hebben, gaf dat ooit al door aan iemand anders.

Tijd voor reclame

Kinderen beseffen vaak nog niet dat reclamemakers aan de slag gaan met de persoonlijke info die ze online (al dan niet bewust) achterlaten. Een kleine minderheid (8%) van de kinderen beweert nooit **reclame** te zien wanneer ze zich op het wereldwijde web bevinden of televisie kijken. Dat roept toch bepaalde vragen op rond reclamewijsheid, aangezien iedereen vandaag op allerlei manieren geconfronteerd wordt met reclameboodschappen.

Van de kinderen die reclame zien, klikt twee op drie onmiddellijk weg. Eén op vier van die kinderen zegt reclame net wel te bekijken. Door in contact te komen met reclame en die op gepaste wijze te leren herkennen, interpreteren en beoordelen, versterken kinderen zichzelf op vlak van reclamewijsheid.



Een selecte vriendenclub

Veel jongeren (71%) zijn voorzichtig met het accepteren van vriendschapsverzoeken. Dat is opvallend, aangezien ze op de rest van hun privacymanagement maar gemiddeld scoren. Zo maakt slechts 59% gebruik van de algemene privacyinstellingen. Slechts de helft van de jongeren onderneemt concrete acties: ze untaggen foto's die in hun ogen niet geschikt zijn (55%), maken hun profiel enkel zichtbaar voor hun vrienden (54%) en delen gevoelige informatie via privéberichten (54%). Merkwaardig is dat een minderheid van onze jongeren (35%) het nodig acht om toestemming te geven wanneer een vriend hen tagt in een foto.

"MENSEN DIE IK NIET KEN,
VOEG IK NIET TOE. MAAR MENSEN
DIE IK AL EENS GEZIEN HEB
OF MEE GEPRAAKT HEB,
DIE MOGEN MIJ TOEVOEGEN"
(GITTE, 13 JAAR)

"IK HEB TWEE ACCOUNTS OP
INSTAGRAM. IK HEB EEN ACCOUNT
VOOR ECHTE VRIENDEN, DAAROP
VOLGEN MAAR 70 MENSEN MIJ. EN OP
HET ANDERE ACCOUNT HEB IK 700 À
800 VOLGERS. OP MIJN PRIVÉ-
ACCOUNT KAN IK LELIJKE FOTO'S
ZETTEN, EN OP DAT ANDERE NIET"
(TAMMY, 16 JAAR)

Wanneer jongeren dan toch hun privacy regelen, is het opvallend dat meisjes hoger scoren voor hun persoonlijk privacymanagement dan jongens. Meisjes blijken voorzichtiger te zijn. Ze maken meer gebruik van privéberichten om gevoelige informatie te delen, untaggen zichzelf meer op foto's en zijn ook selectiever in het accepteren van vriendschapsverzoeken dan jongens.

MET MATE(N)

Online privacy hebben kinderen en jongeren voor een stuk zelf in handen, maar dikwijls zijn ze ook afhankelijk van anderen. Zoals hun vrienden of zelfs hun ouders.

Netiquette

Netiquette duidt op de ongeschreven beleefdheidsregels en sociale etiquette die aanwezig zijn op het net. Ook kinderen maken zich schuldig aan zaken die in de 'offline wereld' not done zijn. Ruim één op tien kinderen loog al over zijn/haar naam, terwijl één op vijf kinderen dat al deed over zijn/haar leeftijd. Daarnaast gebruikte een minderheid van de kinderen (9%) al vuile woorden of scheldwoorden online.





Mag ik een foto van je maken?

Het recht op afbeelding zorgt ervoor dat niemand zonder **toestemming** een foto of filmpje van iemand mag maken of publiceren. Dat geldt zowel offline als online.

"IK HAD EENS EEN FOTO NAAR EEN JONGEN VAN HET 5E LEERJAAR GESTUURD EN DIE HAD DIE DOORGESTUURD NAAR DE GANSE KLAS. DAT WAS NIET LEUK!"
(LOUISE, 8 JAAR)

De cijfers doen vermoeden dat kinderen vrij goed aanvoelen dat je best niet zomaar iemand fotografeert: ongeveer zes op tien kinderen die foto's maken, vragen toestemming aan de persoon van wie ze een foto willen maken. Dat iemand je toestaat om een foto of filmpje te maken, wil nog niet zeggen dat je het mag delen. 25% van de kinderen die foto's van

anderen maken, vragen ook toestemming om de gemaakte foto te delen. Dat percentage ligt dus duidelijk lager.

Eén op vijf kinderen (20%) zegt nooit foto's te maken van anderen.

Jongeren en hun buikgevoel



Bij de jongeren zien we een gelijkaardige trend. Niet veel jongeren (29%) maken afspraken met hun vrienden over wat er online gedeeld wordt. Ook bespreken weinig jongeren (35%) wat er dan wel gedeeld mag worden. 20% overlegt vooraf de gepaste privacyinstellingen. Daartegenover is het wel opvallend dat 66% aangeeft niets te delen over anderen als ze dat niet willen. Misschien wil dat zeggen dat jongeren hier niet veel over praten, maar dat ze vooral vanuit een buikgevoel redeneren bij het delen van inhoud.

Net zoals bij het persoonlijk privacymanagement zijn **meisjes** ook meer begaan met de privacy van hun vrienden. Meisjes delen minder informatie over vrienden die dat liever niet hebben. Ze praten er iets meer over en gaan ook sneller toestemming vragen vooraleer ze iets delen. **Jongens** liggen er minder wakker van. Ze praten er minder over en discussiëren niet veel over de gepaste privacyinstellingen.

Oeps! Gedeeld!

Meer dan de helft van de jongeren (54%) was ooit al eens slachtoffer of omstaander van een privacyinbreuk op sociale media.

De meest voorkomende schending is het delen van **gênante foto's**, zoals bijvoorbeeld foto's waarop jongeren staan die te veel dronken. Bijna 30% van de bevroagde jongeren maakte het al mee. Ook het openlijk voeren van ruzies (22%) of te vroeg gedeelde relatiebreuken (14%) zijn schendingen waarvan enkelen slachtoffer of getuige waren.

Jongens (26%) zijn minder slachtoffer of omstaander van gênante foto's dan **meisjes** (34%). Misschien kan dat verklaren waarom meisjes voorzichtiger omspringen met hun privacy online. Bovendien stijgt het aantal slachtoffers of omstaanders volgens leeftijd: 19% van de 14-jarigen, 36% van de 15-16 jarigen en zelfs 41% van de 17-18 jarigen.

Bijna de helft van de jongeren (48%) vreest soms dat zijn of haar online informatie misbruikt kan worden. Opnieuw zijn meisjes hierover meer bezorgd. Jongens daarentegen zijn minder bezorgd dat anderen privé-informatie over hen vinden of dat er gênante informatie over hen gedeeld wordt.

Heel wat jongeren zijn bezorgd over hun online informatie. Toch heerst er geen fatalistisch gevoel onder de jongeren. Slechts 25% stelt dat je als individu maar weinig controle kan uitoefenen over je privacy.

Sharenting



Ook ouders lijken hun weg gevonden te hebben naar sociale media. Volgens 78% van de jongeren zijn hun ouders actief op sociale platformen. Het fenomeen waarbij een ouder (parent) info deelt over zijn/haar kroost (sharing), noemen we sharenting. Van de ouders die actief zijn op social media, deelt de meerheid (57%) informatie over de jongere. Ze doen dat hoofdzakelijk via Facebook (80%). Helaas vraagt de meerderheid (58%) hiervoor geen toestemming. Opvallend is dat ouders meer lijken te delen over meisjes (62%) dan over jongens (52%). Maar ook hier is opnieuw de mogelijkheid dat meisjes hun voelsprietten er misschien gevoeliger voor zijn en ze dit daarom vaker vermeld hebben in het onderzoek.

Alles wat je zegt,
zegt je zelf

Net zoals jongeren onderling niet veel afspraken maken, zijn er ook tussen de ouders en hun jeugdige kroost zelden afspraken over het delen van online informatie. Het is opmerkelijk dat slechts een vijfde van de jongeren daarmee problemen heeft. Vooral het posten van gênante foto's vinden ze niet leuk.



Pesten of plagen?

Als iemand herhaaldelijk online iets doet om iemand anders te kwetsen en de dader heeft meer sociale invloed dan het slachtoffer, spreken we van cyberpesten. Dat kan vanalles zijn, zoals zonder toestemming gegevens of foto's delen die het slachtoffer in een slecht daglicht plaatsen, het slachtoffer uitschelden of hem of haar uitsluiten van online communities, bijvoorbeeld een facebookgroep voor de klas.

Kinderen weten niet goed wanneer ze iets als 'pesten' moeten benoemen. Ze maken vaak geen onderscheid tussen plagen en pesten. Een kleine 6% van de kinderen zegt ooit al iemand gepest of geplaagd te hebben online. Daarnaast zegt 16% van de kinderen ooit al ruzie gemaakt te hebben via de computer, tablet of gsm.



Cyberpesten

Bij jongeren bevroegen we de drie rollen die binnen cyberpesten voorkomen: de dader, het slachtoffer en de omstaander. Het is opvallend dat meer dan de helft (54%) van de jongeren ooit al eens een online pesterij zag. 14% van de jongeren pestte zelf, 22% was ooit al slachtoffer.

Het delen van **gênante foto's** blijft een valkuil voor veel jongeren. Ook bij cyberpesten is dat een van de meest voorkomende acties. 31% van de jongeren durft toegeven dat ze zelf een gênante foto doorstuurden zonder toestemming. Zoals gezegd was bijna 30% hier al eens slachtoffer van. Bijna de helft van de jongeren zag zulke foto's al passeren.



Naast het doorsturen van vervelende foto's, is het **online uitsluiten** van anderen een belangrijke vorm van cyberpesten. 25% geeft toe dat hij of zij al eens iemand online uitsloot. Het aantal slachtoffers ligt hier op 23%. Het aantal omstaanders ligt een stuk hoger: 47% van de jongeren zag dit al gebeuren.

Ook bij het versturen van **ongewenste e-mails** of **beledigende berichtjes** ligt het aantal omstaanders behoorlijk hoog: 36%. Het aantal slachtoffers en daders zijn bij deze acties iets beperkter: 22% van de jongeren waren al eens slachtoffer van ongewenste berichten. 13% ziet zichzelf als een dader.

	DADER	OMSTAANDER	SLACHTOFFER
Gepest via het internet of mobiele telefoon	14%	54%	22%
Ongewenste e-mails of berichten verzenden (vb. beledigend)	13%	36%	22%
Anderen uitsluiten online	25%	47%	23%
Gênante afbeeldingen doorsturen zonder goedkeuring	31%	47%	28%

Tabel: Cyberpesten



Vaak zijn slachtoffers helaas ook daders. 64% van de jongeren die ongewenste berichten of gênante afbeeldingen zonder toestemming versturen, zijn zowel slachtoffer als dader van deze feiten. De helft van de jongeren die anderen online uitsluiten, draagt ook een dubbele rol.

Onder de **daders** zien we iets meer jongens dan meisjes. Enkel bij het doorsturen van gênante foto's is dat omgekeerd. Daders zijn vooral jongeren uit de B-stroom, BSO-, TSO- of KSO-richting. Vooral meisjes uit een BSO- of ASO-richting zijn **slachtoffer** van cyberpesten. Slachtoffers uit een BSO-richting worden voornamelijk geconfronteerd met digitaal pesten en ongewenste berichten. Terwijl er in het ASO meer slachtoffers zijn van het verspreiden van gênante foto's zonder goedkeuring.

Cyberpesten blijft dus een veel voorkomend probleem. Toch vinden bijna alle jongeren (96%) het niet oké om iemand online te pesten. Ook online beledigen of uitlachen wordt algemeen niet aanvaard. Opnieuw liggen de jongens hier iets minder



wakker van. Het is echter wel belangrijk om bij deze hoge en positieve cijfers rekening te houden met sociale wenselijkheid in het beantwoorden van de enquête.

Trolling

"NEGATIEVE COMMENTAAR KRIJGEN,
KAN EEN NADEEL ZIJN VAN
SOCIALE MEDIA. MENSEN ZEGGEN
SOMS SLECHTE DINGEN DIE ZE IN HET
ECHTE LEVEN NIET ZOUDEN ZEGGEN"
(FLOOR, 13 JAAR)

Trolling is het delen van provocerende commentaren om reactie uit te lokken bij anderen. Deze reacties geven de trol een fijn gevoel. Een groot deel (67%) van de jongeren plaatst online commentaar. Ze doen dat voornamelijk om te praten met hun vrienden en om nieuwe vrienden te maken. 30% van de jongeren vindt het leuk om online te provoceren.

Sexting

Sexting is het versturen van seksueel getinte foto's. Op zich is er niks mis mee. Het is een deel van de seksuele ontwikkeling van jongeren. Wanneer het vertrouwen geschaad wordt, is er wel een probleem.

Slechts 12% van de bevroegde jongeren stelt dat hij of zij in de afgelopen twee maand een seksueel getinte foto van zichzelf maakte en naar iemand verstuurde. Dat is een lichte stijging ten opzichte van het vorig onderzoek (8%), maar op zich gaat het nog steeds om een minderheid van de jongeren. Hoe ouder jongeren worden, hoe groter de kans dat ze een sext versturen. Vooral jongeren uit de derde graad versturen seksueel getinte foto's. Zij komen hoofdzakelijk uit het KSO (23%) en BSO (21%). Onder de sexters is 36% volledig naakt. Dat is een behoorlijke stijging in vergelijking met 2016 (21%). Evenveel jongeren doen het in ondergoed of zwemkledij en bij 28% is enkel het bovenlijf naakt.

Een sext in ondergoed of bikini is bij meisjes het populairst. Jongens doen het vooral in een bloot bovenlijf. Bij de jongeren die aan sexting doen, is het versturen van volledig naakte foto's even populair bij jongens als bij meisjes. Positief is het feit dat 63% van de sexters aangeven onherkenbaar op de foto's te staan die ze van zichzelf sturen. Toch werd bij een kwart van onze bevroegden de privacy geschonden na het versturen van een sext, wat dan weer een negatieve trend is.



Net zoals bij cyberpesten is de groep **omstaanders** bij sexting sterk aanwezig. Bijna de helft van de jongeren (43%) zag al eens een sext op de smartphone van een vriend.

Ondanks dat hoge cijfer zijn jongeren niet extreem bezorgd over de verdere verspreiding van hun sext. 40% vreest dat zijn of haar foto verspreid wordt op een manier die hij of zij niet voorzien had. Opnieuw maken meisjes zich meer zorgen dan jongens.

Meisjes zijn bezorgder, maar tegelijkertijd ook strikter in hun privacy beheer wat betreft sexting. Over het algemeen stuurt de helft van de sextende jongeren hun sexts via privé-berichten (51%) en maken ze afspraken met de ontvangers van seksueel getinte foto's (54%). Aansluitend geeft ook de helft (56%) van de jongeren aan dat ze bij het versturen van een sext ervoor zorgen dat hun foto automatisch verdwijnt. Het automatisch verdwijnen van foto's is kenmerkend voor Snapchat. Als we er rekening mee houden dat screenshots maken voor veel jongeren een fluitje van een cent is, kunnen we spreken van een vals gevoel van veiligheid. Ook al krijgt de verstuurder een melding als er een screenshot gemaakt wordt, dan is het al te laat.

DIGITALE BALANS

Digitale media zoals de smartphone hebben het leven van kinderen en jongeren ingrijpend veranderd. We staan meer en meer voor uitdagingen als het gaat over de balans tussen gezin, school, vrije tijd, hobby's en slaap. Maar hoe vinden kinderen en jongeren het evenwicht?



Spelende kinderen = blijde kinderen

Een overgrote meerderheid (87%) van de kinderen is blij wanneer ze gebruik maken van computer, tablet of gsm. Voor hen staat het online gaan immers gelijk aan amusement: leuke spelletjes, filmpjes, chatten met vrienden,... Opvallend is dat de helft van de kinderen (51%) al eens boos werd wanneer ze moesten stoppen met hun computer, tablet of gsm. Een kind gaat vaak zodanig op in zijn/haar spel of filmpje, dat ermee stoppen moeilijk kan zijn. Verder voelt 32% zich soms verdrietig wanneer ze moeten stoppen en verrassend genoeg is 34% van de kinderen ook wel eens blij om te stoppen. Veel hangt af van het type activiteit waar het kind mee bezig was.



Bij de helft van de kinderen (46%) gelden er thuis regels over wanneer ze de computer, tablet of smartphone mogen gebruiken. Spelletjes spelen en filmpjes kijken mag bijvoorbeeld van zodra het huiswerk klaar is. Bij een derde van de kinderen (36%) gelden thuis regels over hoe lang ze media mogen gebruiken. Bij een minderheid van de kinderen bestaan regels over waar ze media (22%) mogen gebruiken en wat ze op die toestellen mogen doen (21%). Die regels bestaan omdat meer dan twee op drie ouders (73%) vindt dat hun kind meer dan eens te veel bezig is met computer, tablet of smartphone. Meer dan de helft van de kinderen (61%) vindt dat ook van zichzelf.

De vraag hierbij is natuurlijk of mama en papa zich altijd aan die gemaakte afspraken houden. In de huishoudens waar er bepaalde regels gelden, leven 15% van de ouders deze (volgens de kinderen) niet na. Als ouder volg je best ook je eigen regels, kinderen worden immers beïnvloed door het gedrag van hun ouders tegenover technologie en bootsen die media gewoontes na.

Niet in elk gezin wordt gepraat over mediagebruik. Wanneer er wel over gepraat wordt, is het in de helft van de gevallen (51%) afwisselend het kind en de ouders, maar vooral het kind (31%) zoekt initiatief om hierover te praten met mama en/of papa (18%). Belangrijk is dat ouders dat beantwoorden, zodat hun kinderen ook in de toekomst bij hen blijven aankloppen.



Op automatische piloot

Voor ruim 70% van de Vlaamse jongeren is het een automatisme geworden om de smartphone te gebruiken. Meer dan de helft gebruikt zijn toestel al eens om de tijd te doden, en 47% zelfs om er even tussenuit te zijn. Toch voelt bijna de helft van de jongeren weinig of geen drang om voortdurend te weten wat leeftijdsgenoten aan het doen zijn.

Ze hebben er meestal geen probleem mee om hun smartphone even aan de kant te leggen en er minder tijd op door te brengen.

"HET IS NIET DAT IK ANDERE DINGEN NIET GA DOEN OMDAT IK OP MIJN SMARTPHONE WIL ZITTEN"
(BORES, 18 JAAR)

"IK PROBEER MIJN GSM TIJDENS HET STUDEREN BIJ MIJN OUDERS TE LEGGEN, DAN STUDEER IK BETER. MIJN OUDERS ZAGEN SOMS DAT IK TE LANG OP MIJN GSM ZIT"
(VIKTORIA, 13 JAAR)

Ruim één vijfde geeft daarnaast aan echt onrustig te worden als ze niet op hun smartphone kunnen kijken om te zien waarmee hun vrienden bezig zijn. Ze slagen er vaak niet in om minder tijd aan hun toestel te besteden en geven ook aan dat ze daardoor dikwijls in de problemen komen. Bijvoorbeeld slaapttekort:

"IK ZIT ER VAAK OP TOT 'S AVONDS LAAT, EN DAN KAN IK 'S MORGENS MOEILIK UIT MIJN BED"
(MICHELLE, 16 JAAR)

Of te weinig tijd voor huiswerk:

"ALS IK THUIS KOM VAN SCHOOL EN IK BEN BEZIG OP MIJN GSM, MERK IK SOMS DAT HET OPEENS TWEE UUR LATER IS. IK MOET DAN NOG AAN MIJN SCHOOLWERK BEGINNEN. OP DIE MANIER KAN HET WEL VOOR PROBLEMEN ZORGEN" (JONI, 18 JAAR)

Als het over de combinatie van schoolwerk en vrije tijd gaat, zijn de meningen sterk verdeeld. Ruim 30% vindt het storend om in de vrije tijd communicatie over school binnen te krijgen via de smartphone. Terwijl 37% daar weinig tot geen last van blijkt te hebben. De anderen spreken zich niet uit over deze kwestie en stellen zich neutraal op.

"SMARTSCHOOL IS HANDIG, MAAR TEGELIJKERTIJD OOK FRUSTREREND. STEL, JE BENT OP REIS EN JE KRIJGT OPEENS EEN BERICHT DAT DIE VAN FRANS EEN TAALTAAK ONLINE HEEFT GEZET. DAN BEGIN IK HELEMAAL TE FLIPPEN. JE BENT DAN WEG VAN SCHOOL, MAAR EIGENLIJK TOCH NIET. JE KAN ER GEEN AFSCHIED VAN NEMEN" (LORE, 18 JAAR)

Het ene kind is het andere niet

Hoe verknocht zijn kinderen en jongeren nu echt aan digitale media? En hoeveel druk ervaren ze daarbij? Vermoedelijk hangt veel af van de frequentie waarmee ze hun smartphone en allerlei apps en netwerken gebruiken. Los daarvan kan de ene er zich al beter voor afsluiten dan de andere. Op basis van het onderzoek zien we vier categorieën waaronder we de Vlaamse jongeren kunnen verdelen, en drie profielen om de kinderen in onder te brengen. Deze opdeling kan enerzijds helpen om jongeren die problemen ervaren, te herkennen. Anderzijds biedt het een vertrekpunt om met kinderen en jongeren in dialoog te gaan en hun smartphonegebruik te nuanceren.





DE FILMPJESFANATEN

Wij hebben heel wat toestellen ter beschikking. Een smartphone, laptop, tablet, spelconsole of tv? We gebruiken het allemaal vlotjes door elkaar, en weten ook heel goed wat we er allemaal mee kunnen doen. Ik (de oudste fanaat) gebruik nog net iets meer verschillende toestellen

dan mijn jonger vriendje. Ik doe er ook nog iets meer dingen mee.

Eén iets staat vast: we zijn allebei verknocht aan filmpjes kijken. Het minst graag lezen we het nieuws. Onze mama's en papa's vinden niet dat we te veel met media bezig zijn, wij af en toe wel, maar ssssst! One big happy media family dus!



DE SPEELVOGEL

Ik spreid mijn tijd en aandacht over iets minder toestellen. Gemiddeld zijn er zo'n twee à drie die ik af en toe gebruik. Ik gebruik ze ook voornamelijk om spelletjes te spelen, mijn absolute favoriet! Zelf vind ik niet dat ik er te veel mee bezig ben. Mama en papa daarentegen, durven wel eens zeggen dat het genoeg is geweest. Misschien speel ik soms wel eens héél lang dat ene leuke spelletje? Het zal in elk geval niet zijn omdat ik te veel e-mails verstuur, want dat interesseert me helemaal niet!



DE AF-EN-TOE-SPELER

Ik ben de jongste en minst actieve mediagebruiker. Ik gebruik doorgaans slechts één à twee toestellen. Als ik er dan eens één gebruik, is het meestal om een spelletje te spelen. Maar erg fanatiek ben ik hier (nog) niet in. Ik vind dan ook niet van mezelf dat ik te veel met media bezig ben. Mijn mama en papa denken er ook zo over.



DE TIJDSCROLLER

Ik gebruik mijn smartphone graag en veel, maar ervaar geen drang om voortdurend te weten wat mijn vrienden aan het doen zijn. Mijn smartphone is niet van levensbelang bij het onderhouden van mijn vriendschapsbanden. Ik heb het echter wel moeilijk met de tijd die ik eraan besteed. Ik probeer er minder tijd op door te brengen, maar dat lukt meestal niet zo goed. Dat durft me wel al eens in de problemen te brengen. Facebook en Instagram zijn mijn favoriete social media.



DE GEWOONTESWIPER

Ik ben een fervente smartphonegebruiker, maar ervaar daar weinig problemen mee. Mijn smartphone is echt een gewoonte geworden voor mij. Ik gebruik hem graag om de tijd te doden en er eventjes tussenuit te zijn. Ik vind het soms leuker om online over moeilijke onderwerpen te praten, dan face-to-face. Ik ervaar doorgaans weinig druk door mijn smartphone. Facebook, Instagram en YouTube zijn mijn favoriete social media.



DE MEDIAVRETER

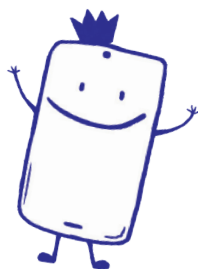
Ik ben zeer fanatiek als het op mijn smartphone aankomt. Ik doe er enorm veel dingen mee: ik stream vaak video, communiceer met mijn vrienden, update mijn social media profielen,... Instagram en Snapchat zijn mijn favoriete netwerken. Mijn smartphone is van essentieel belang voor mijn vriendenrelaties. Ik geef ook toe dat ik vrij veel druk ervaar door mijn smartphone. Ik vind het moeilijk om hem even opzij te leggen en kom daardoor vaak in de problemen. Applicaties veranderen continu, en ik heb het gevoel dat ik niet altijd even goed weet hoe alles werkt.



DE DIGIPROEVER

Ik gebruik dagelijks mijn smartphone, maar wel beduidend minder dan andere jongeren. Een privébericht sturen? Dat doe ik nog altijd het liefst via sms. Ik ben actief op social media, maar niet dagelijks. Ik gebruik opvallend minder Instagram en Snapchat dan mijn leeftijdsgenoten. Ik heb mijn toestel dan ook echt niet nodig om met mijn vrienden te communiceren. Mijn smartphonegebruik heb ik heel goed onder controle.

BESLUIT



SMARTPHONES FTW!

Om met een weinig spectaculair of verrassend inzicht te beginnen: smartphones zijn alomtegenwoordig. De Apestaartjaren-data laten in alle cijfertjes zien dat het toestel een onmiskenbaar deel van het leven van jonge mensen geworden is. Bij kinderen is de tablet nog het populairste toestel. Meer dan de helft van de kinderen heeft een eigen tablet. Toch zien we dat de smartphone ook bij hen aan een opmars bezig is: kinderen krijgen vroeger een eigen smartphone, ze betalen er vaker en vroeger zelf voor en beschikken vaker over een mobiele internetverbinding. In de laatste jaren van de basisschool zien we dat steeds meer kinderen een smartphone gebruiken voor hun dagelijkse filmpje of favoriete spelletje.

Behalve enkele markante uitschieters en uitzonderingen, zien we dat het gebruik van digitale media bij kinderen en jongeren in grote lijnen aansluit bij wat we qua ontwikkelingspsychologie mogen verwachten. Kinderen spelen spelletjes en bekijken filmpjes. Naarmate ze ouder worden, neemt het sociale aspect toe en worden digitale media handige communicatietools. Het belang van conversaties (met apps als Facebook Messenger, Whatsapp en Snapchat) en van profilering (met apps als Facebook en Instagram) neemt toe. Wie de leefwereld en de ontwikkeling van kinderen en jongeren kent, herkent wellicht ook de patronen die we zien bij hun gebruik van digitale media.

MOETEN WE ONS ZORGEN MAKEN?

Het stijgende belang van digitale media in de leefwereld van kinderen en jongeren brengt vragen, zorgen en ongemak met zich mee. De tijd van het ongenueanceerd toejuichen van de verdiensten van nieuwe technologie ligt achter ons. Disruptie is geen toverwoord meer, Facebook is niet meer het wereldverbeterende bedrijf dat het nauwelijks een paar jaar geleden wel nog leek. Dit rapport verschijnt op een moment dat Facebook zwaar onder vuur ligt voor het slordig omgaan met

persoonlijke data. Er worden meer en meer kritische vraagtekens geplaatst bij de manier waarop applicaties en services ontworpen worden om verslavend te zijn in plaats van leuk. Diverse stemmen pleiten dan ook voor een digitale detox, #deleteFacebook en een smartphone-verbod op scholen.

Deze zorgen zijn niet onterecht, zo blijkt ook uit Apestaartjaren. Bijna 20% van de jongeren geeft aan onrust te voelen door haar of zijn smartphone. Ze slagen er niet in minder tijd aan het toestel te besteden en geven aan dat ze daardoor soms in de problemen komen. Ook kinderen zijn al op jonge leeftijd in staat om stil te staan bij hun mediagebruik en geven soms ook zelf toe dat ze te veel met hun digitaal toestel bezig zijn. Daarnaast zien we dat ongeveer de helft van de jongeren al eens getuige geweest is van cyberpestgedrag, het ongewenst verspreiden van gênante fotos, of een geval van problematische sexting.

WERKEN AAN DIGITALE WEERBAARHEID

Apestaartjaren toont dus aan dat er werk op de plank ligt voor opvoeders, of dat nu ouders, leerkrachten of jeugdwerkers zijn. We kunnen de opmars van de smartphone niet afremmen, laat staan stoppen of terugdraaien. De verstremgeling met de leefwereld van kinderen en jongeren is daarvoor te sterk. We zijn (zo blijkt uit bijvoorbeeld het digimeter-onderzoek) zelf ook niet goed geplaatst om het moraliserende vingertje te zwaaien naar jongeren. Verbieden en afschermen lijkt ons dus contraproductief. Hoe kunnen we anders zorgen dat kinderen en jongeren ook online op een verstandige manier sociale relaties leren opbouwen? Hoe gaan jongeren die nooit geleerd hebben eigen remmen te zetten op hun smartphonegebruik, de overgang van de veilige/digiloze middelbare school naar het studentenleven verteren? Hebben werkgevers niet liever dat een pas afgestudeerde of een schoolverlater zelfstandig heeft leren omgaan met digitale media? Een hele generatie pampieren zorgt er alleen voor dat we mogelijk probleemgedrag negeren en werken aan oplossingen en weerbaarheid uitstellen.





Smartphonegebruik en digitale media moeten net centraal staan in onze ontmoetingen met kinderen en jongeren, niet weggemoffeld in kluisjes of kistjes. Dat betekent niet dat er geen plaats is voor digiloze activiteiten, momenten of contexten. Die mogen er zeker zijn, thuis, op school, op kamp. Maar we kunnen het belang van digitale media in de leefwereld van kinderen en jongeren niet compleet negeren, om dan - vingers gekruist - te hopen dat het wel goed komt op het vlak van mediawijsheid, digitale competenties en weerbaarheid.

MEE IN DE DIGITALE LEEFWERELD

Hoe zorgen we ervoor dat kinderen en jongeren digitale media een evenwichtige plaats in hun leven geven? Hoe voeden we hen op tot zelfzekere volwassenen die het beste halen uit al wat een smartphone en sociale media te bieden hebben? En welke rol, welke positie nemen wij, volwassenen, ouders, begeleiders van kinderen en jongeren, hierin op?

We sluiten dit onderzoeksrapport graag af met enkele antwoorden op bovenstaande vragen.



Goede afspraken maken goede vrienden

De grote meerderheid van de kinderen en jongeren geeft in het Apestaartjaren-onderzoek aan dat ook hun ouders actief zijn op sociale media. Digimeter laat zien dat ook voor de globale Vlaamse bevolking geldt dat smartphones en digitale media compleet ingeburgerd zijn en niet meer weg te denken. Toch leert Apestaartjaren ons dat er relatief weinig afspraken zijn tussen kinderen en jongeren en hun ouders. Zo zullen kinderen en jongeren wel vaak te horen krijgen dat ze iets niet mogen of roepen ouders hun kinderen op om hun digitale consumptie te minderen. Maar veel verder dan digitale consumptie verbieden of beperken, gaat het niet.

Dit terwijl kinderen en jongeren hun ouders zelf heel vaak aan hun scherm gekluisterd zien en hen ook zien worstelen met het vinden van een goede digitale balans of de gewenste privacy-instellingen.

Kinderen, jongeren én ouders zijn zoekende in hun omgang met digitale media, zo leren Apestaartjaren en Digimeter ons. Maar in dialoog kunnen ze er wel samen aan uit geraken. Een gesprek over wie zich waar aan ergert en wie wat leuk vindt, kan leiden tot een duidelijke set afspraken. We zijn ervan overtuigd dat hier nog heel wat ruimte ligt. Alleen, is onze volgende suggestie vrij belangrijk om hiertoe te komen.



Keep up the pace

Wees mee! Het is niet mogelijk om op de hoogte te blijven van elke hype of steekvlam-app die populair is bij kinderen en jongeren. Wie de voorbije twee jaar zijn best deed om mee te zijn met Musical.ly, slikt waarschijnlijk eens na het lezen dat veel kinderen en jongeren aangeven dat ze hun account verwijderden. Lach er ook niet mee wanneer kinderen en jongeren weer eens opgaan in iets nieuws. Zij fronsen immers ook hun wenkbrauwen wanneer jij, volwassene, voor de zoveelste keer door je tijdlijn op Facebook scrollt.

Kinderen en jongeren zullen altijd hun eigen online plekje zoeken, en we moeten daar niet krampachtig bij proberen te zijn. Maar vanop een afstand volgen wat ze doen, interesse tonen, stiekem zelf eens aan de slag gaan met de spelletjes of platforms waar ze 'op' zitten, helpt wel om je rol als opvoeder beter op te nemen en samen met hen tot goede afspraken te komen en grenzen af te bakenen.

(Uit)gedragen door leerlingen

We horen wel eens dat het beter is om smartphones te verbieden voor de tijd die kinderen en jongeren doorbrengen op school. Wij zijn ervan overtuigd dat scholen met zo'n beleid niet de best klaargestoomde leerlingen met een gezonde digitale balans afleveren aan het hoger onderwijs of de arbeidsmarkt.

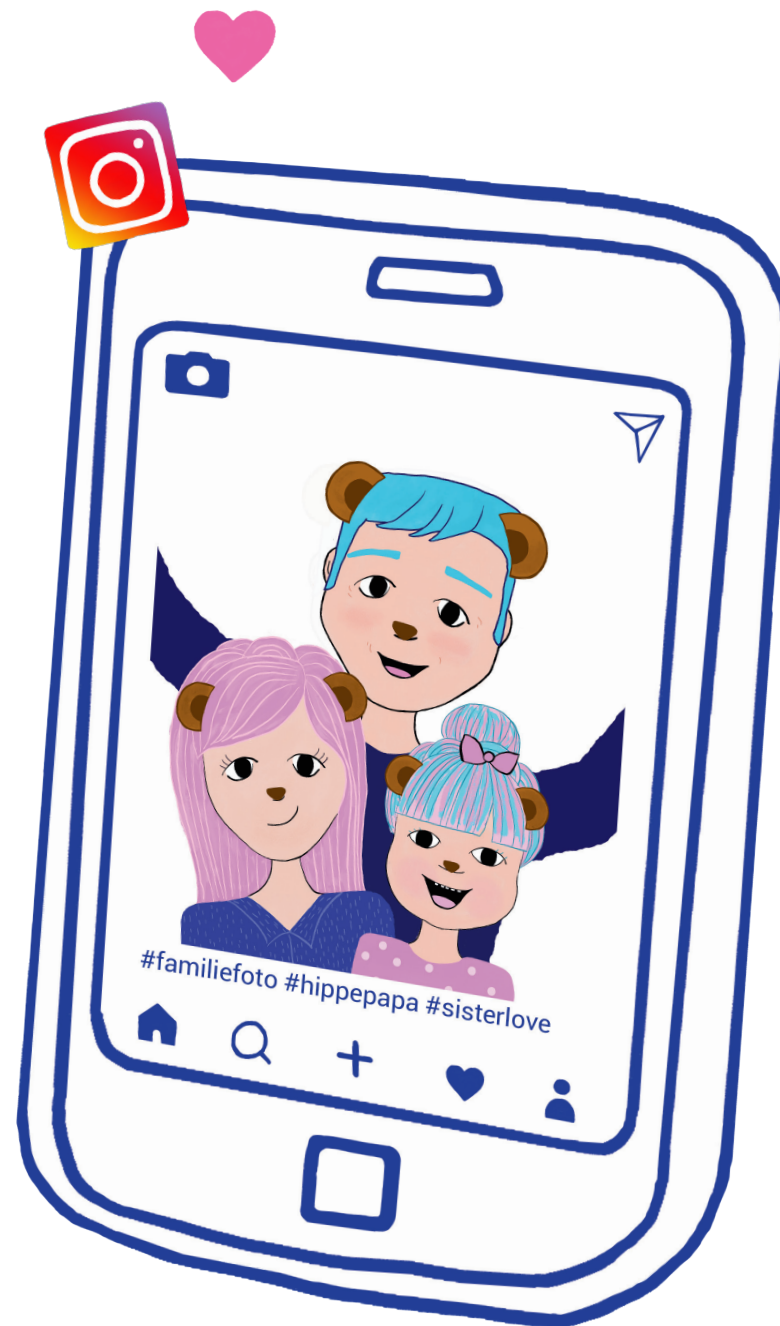
In het Vlaams onderwijs is leerlingenparticipatie een feit. Gebruik de organen en systemen die je daartoe hebt op school om samen tot een toekomstgerichte visie te komen. Een visie waar digitale media een plekje hebben en een bijdrage leveren aan

de ontwikkeling van kinderen en jongeren. Van daaruit kan je dan samen tot een beleid komen, een set regels waaraan elke leerling zich te houden heeft. Maar als het vanuit een gedragen visie komt, waarbij leerlingen mee de pen vasthouden, kan dit een heuse troef voor de school zijn.

#yolo

Doe eens digitaal

De vrije tijd van kinderen en jongeren wordt door zoveel spelers ingevuld. Van de sportclub, over de jeugdbeweging, via het crea-atelier, naar de buitenschoolse kinderopvang tot het kamp in de zomer. Ook digitale media zijn niet meer weg te denken uit hun vrije tijd. Zet ze daarom slim in. Kijk verder dan de louter communicatieve functie. Probeer daarin de nodige variatie te brengen, zodat elk type ouder (meer of minder vertrouwd met digitale media) goed geïnformeerd is. Maar zet gerust ook een stapje verder en gebruik digitale media in activiteiten (spelen, de weg zoeken, content creëren) of als onderwerp en zet mediawijsheid op de agenda. Ook hier zien we nog een zee van mogelijkheden om te gaan experimenteren, te falen, te leren, samen straffere dingen te doen en ons nog beter te amuseren.



COLOFON

Tekst: Delphine Bastien, Joos Callens, Nele De Brabander, Niek Godfroid, Emmy Vandenbussche, Katrien Vanhove, Hadewijch Vanwynsberghe.

Lay-out en illustraties: Ruimle.

Onderzoeksteam: Bastiaan Baccarne, Ralf De Wolf, Kristin Van Damme, Bart Vanhaelewyn (imec-MICT (UGent), jongerenonderzoek). Nele De Brabander en Hadewijch Vanwynsberghe (Mediawijs, kinderonderzoek).

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

MEER INFO

Bijhorende filmpjes rond het mediagebruik van kinderen en jongeren (her)bekijken? Een lezing op maat? Een presentatie met de belangrijkste onderzoeksresultaten 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](https://www.facebook.com/apestaartjaren)
twitter: [@apestaartjaren](https://twitter.com/apestaartjaren)

V.U: Katrien Vanhove, Smidsestraat 130, 9000 Gent



17 MEI 2018 - DE MINARD - GENT

APESTAARTJAREN

HET VLAAMS MEDIACONGRES OVER JONGEREN EN DIGITALE MEDIA

