

De digitale leefwereld van kinderen en jongeren

2026







Inhoud

5

Voorwoord

7

Methodologie

07 - Kwantitatieve bevraging

14 - Kwalitatieve bevraging

15

Toestellen en toegang tot schermen

15 - Geen grote verrassingen

18 - Toestellengebruik over de jaren heen

20 - Het eerste toestel is niet de smartphone

21 - De eerste smartphone

23 - Digitale ongelijkheid

24 - Intensiteit van gebruik: schooldag
vs vrije dag

25

Mediagebruik

25 - Mediagebruik evolueert met de leeftijd

28 - Waar kijken ze precies naar?

29 - Maken, delen of vooral kijken?

30 - Apps, geen grote verschuivingen

32 - Digitale puberteit

34 - AI veroverd de jongeren!
Of niet helemaal?

41

Mediaopvoeding thuis en op school

42 - Mediaopvoeding thuis

50 - Mediaopvoeding thuis vs. school

54 - Waar en wanneer zoeken jongeren
informatie over opgroeien?

58

Omgang en attitudes

58 - Nieuws

66 - Online veiligheid

72 - Online shoppen

73 - Online seksualiteit

76

Digitale uitdagingen

76 - Digitale ontkoppeling

82 - Ongepaste inhoud

84 - Cyberpesten

87 - Sextortion

88 - Grooming

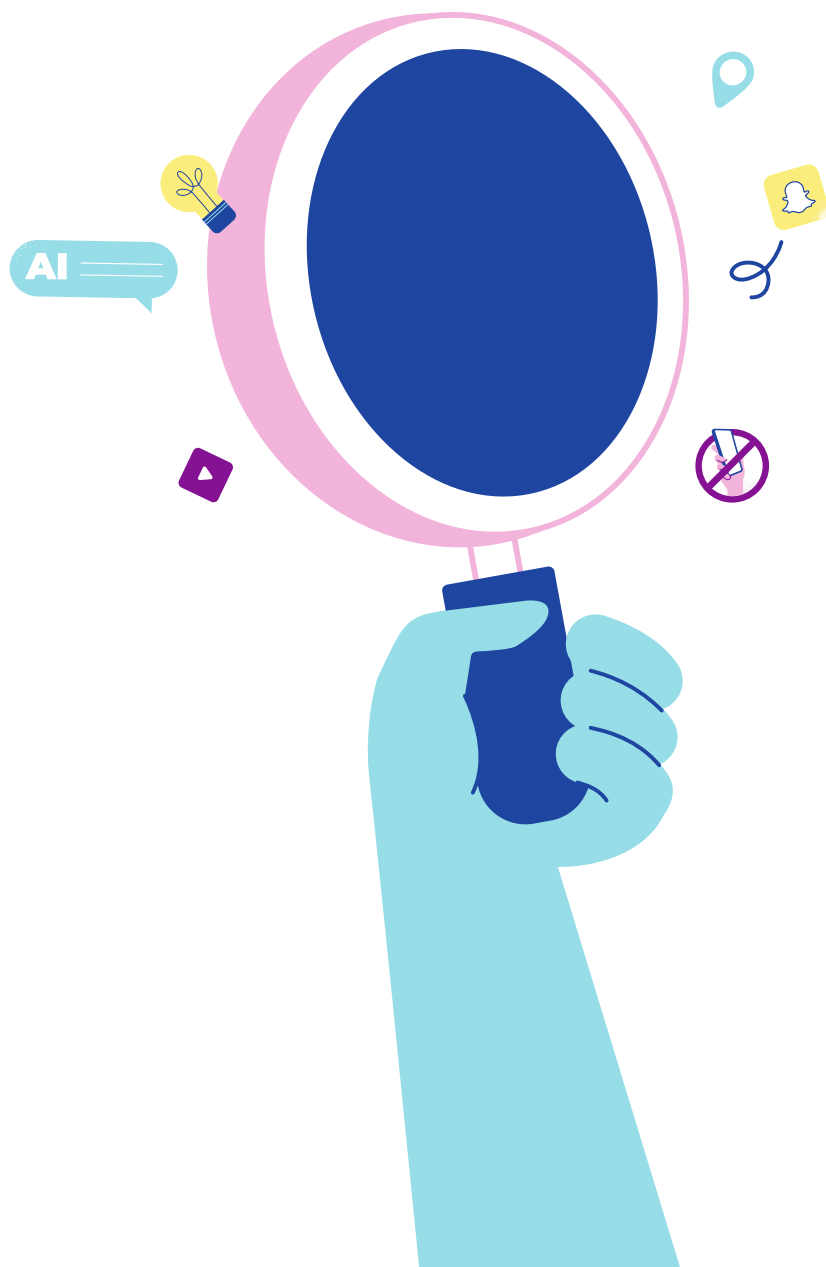
89 - Deepfakes en deepnudes

91

Conclusies en aanbevelingen

95

Colofon



¹ Rekening houdend met de officiële cijfers van het Vlaams Ministerie van Onderwijs werd een zo representatief mogelijke steekproef van Vlaamse kinderen, tieners en jongeren nagestreefd op vlak van geslacht, opleidingsgraad en opleidingstype (dit laatste enkel bij de jongeren). Voor meer informatie verwijzen we naar de methodologie-sectie van dit rapport.

² De samenwerking met Média Animation en CSEM vindt periodiek plaats (om de vier jaar). In deze editie werd niet samengewerkt met deze partners, waardoor er geen data beschikbaar zijn over Franstalig België.

³ In dit rapport verwijzen we naar het eerste en tweede leerjaar als de eerste graad lager onderwijs en het derde en vierde leerjaar als de tweede graad lager onderwijs.

Voorwoord

Een **feesteditie**! We vieren de **tiende editie van Apenstaartjaren**, het onderzoek dat al jaren dé graadmeter is voor hoe kinderen, tieners en jongeren in Vlaanderen en Brussel omgaan met media en hoe mediawijs ze zijn.

Apenstaartjaren 2026 is het resultaat van een **representatieve**¹ bevraging bij **meer dan 6000 kinderen, tieners en jongeren**. Dat gebeurde via een online vragenlijst en focusgroepen, waarbij ze zelf het woord krijgen over hun mediagebruik en hun ervaringen met digitale media. **Mediaraven, Mediawijs, de onderzoeksgroep imec-mict-UGent en Link in de Kabel** voerden het onderzoek uit². Voor de selectie van de thema's en het opstellen van de vragenlijst werkten we nauw samen met De Ambrassade, Child Focus en DNS Belgium.

Ook deze keer is er opnieuw aandacht voor actuele thema's en de voortdurend veranderende digitale leefwereld van kinderen en jongeren. De **Vlaamse Jeugdraad** hielp ons om de vragenlijst helder en herkenbaar te maken. Zo sluit het onderzoek zo goed mogelijk aan bij de leefwereld van kinderen en jongeren en blijft het zo toegankelijk mogelijk.

Wat komt er aan bod?

In de vorige editie zoomden we voor het eerst in op AI. Nu onderzoeken we hoe AI een vaste plek krijgt in het dagelijks leven van kinderen, tieners en jongeren. Daarnaast kijken we dieper naar hoe ze **informatie over opgroeien** opzoeken. We nemen recente ontwikkelingen in het onderwijs onder de loep, zoals de **smartphone-ban** en **digitale leermiddelen**. Ook **locatie-monitoring** is een actueel onderwerp: volgen ouders of vrienden de locatie van kinderen en jongeren, en hoe ervaren zij dat zelf? Gevoelige thema's als **sextortion**, **grooming**, **online pornografie** en **online veiligheid** krijgen opnieuw een plaats in onze bevraging. Tot slot besteden we aandacht aan **digitaal welzijn**, en hoe jongeren bewust afstand nemen van hun schermen.

Hoe lees je dit rapport?

In dit rapport maken we een onderscheid tussen drie leeftijdsgroepen:

- **Kinderen**: 1ste t.e.m. 4de leerjaar (1ste en 2de graad lager onderwijs)³.
- **Tieners**: 5de en 6de leerjaar (3de graad lager onderwijs).
- **Jongeren**: het voltallige secundair onderwijs.

In elk hoofdstuk vermelden we over welke groep het gaat.

Waar mogelijk **vergelijken** we onze resultaten **met ander onderzoek**, zoals de imec.digimeter⁴, JOP-monitor⁵, MediaNest⁶, de Nieuwsbarometer⁷ of het Represent 2.0-onderzoek van StampMedia⁸. Met die vergelijking plaatsen we onze inzichten in een ruimer perspectief: zien we gelijkaardige trends of juist opvallende verschillen?

Aan het einde van het rapport vind je een aantal **aanbevelingen** voor beleid, onderwijs, onderzoek en het werkveld. Die aanbevelingen werden gebaseerd op de resultaten van dit rapport en gesprekken met experts over de cijfers (DNS, Sensoa, Link in de Kabel, De Ambrassade, Child Focus, FLEGA, VAD, onderzoeksgroep imec-mict-UGent, Media Psychology Lab KU Leuven en imec-smit-VUB). Zo willen we met dit Apenstaartjarenonderzoek bijdragen aan een beter inzicht in en begrip van de digitale leefwereld van kinderen, tieners en jongeren. Op die manier helpen we niet enkel hen vooruit, maar ook iedereen die met kinderen, tieners en jongeren werkt.

Veel leesplezier van het hele Apenstaartjaren-team!

Op apenstaartjaren.be publiceren we een video die de belangrijkste inzichten op een rijtje zet.

⁴ imec.digimeter onderzoekt jaarlijks de trends rond bezit en gebruik van media en technologie bij 18+. imec.digimeter.be

⁵ De JOP-monitor is een grootschalige bevraging over de leefwereld van jongeren en dient als voedingsbodem voor het huidige jeugd- (en kinderrechten)beleid. jeugdonderzoekplatform.be/cijfers/

⁶ MediaNest Cijfers is de tweejaarlijkse bevraging van Mediawijs naar het mediagebruik en mediaopvoeding bij Vlaamse gezinnen. www.medianest.be/onderzoek

⁷ Nieuwsbarometer biedt diepgaande inzichten in het nieuwsgebruik en nieuwswijsheid van Vlaamse jongeren tussen 12 en 26 jaar. Nieuwsbarometer | Arteveldehogeschool Gent

⁸ Onderzoek Represent 2.0 gaat in op de (eventuele) kloof tussen stedelijke jongeren met een migratieachtergrond en de nieuwsmedia | StampMedia

Ook online gelden kinderrechten

Waarom dit onderzoek vertrekt vanuit het kinder-rechtenkader

De digitale leefwereld staat centraal in het dagelijks leven van kinderen en jongeren. Ons onderzoek capteert hoe dat werkt bij meer dan 6000 kinderen en jongeren. Kinderrechten richten zich op heel wat levensdomeinen. De digitale wereld wordt nog niet letterlijk benoemd in het VN-Kinderrechtenverdrag uit 1989, maar speelt duidelijk een rol in het recht op informatie (art. 17), de vrijheid van meningsuiting (art. 13), de vrijheid van vereniging en vreedzame vergadering (art. 15), het recht op rust, vrije tijd, spel en recreatieve activiteiten en deelname aan het culturele leven en de kunsten (art. 31) en het recht op onderwijs (art. 28) en op privacy (art. 16).

Het VN-Comite van de Rechten van het Kind verduidelijkt in Algemene Commentaar nr. 25 de verhouding tussen kinderrechten en de digitale wereld. Die benadrukt dat de rechten uit het Kinderrechtenverdrag ook integraal gelden in de digitale omgeving. Kinderen en jongeren hebben niet alleen **recht op bescherming** tegen risico's zoals online geweld, misbruik of schadelijke inhoud, maar ook recht **op toegang tot** digitale technologieën, informatie, participatie en ontwikkeling. Digitale media bieden **kansen** voor leren, creativiteit, sociale interactie en maatschappelijke betrokkenheid.

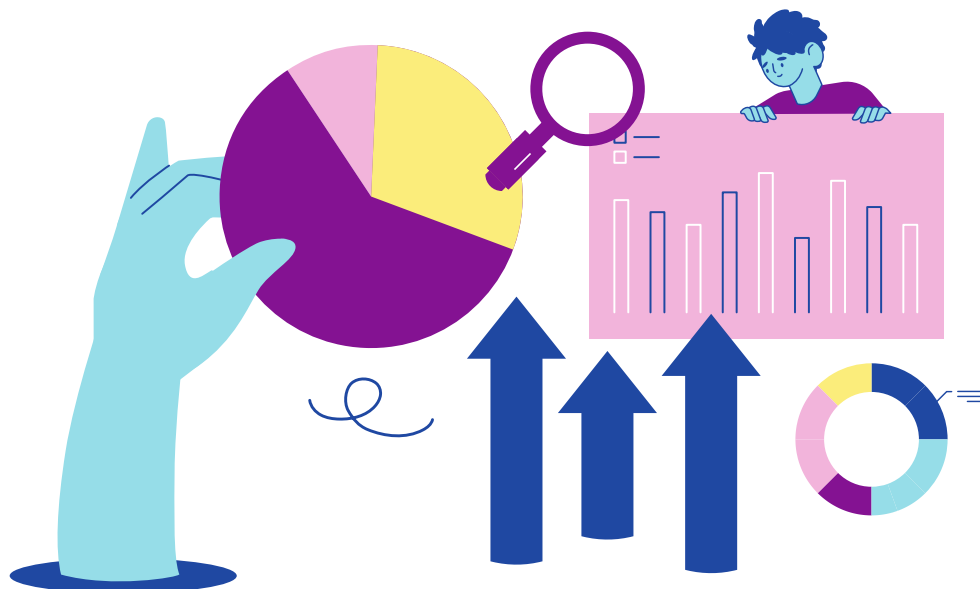
Via het Apenstaartjarenonderzoek dragen we bij aan de realisatie van de kinderrechten door **systematisch**

in kaart te brengen hoe kinderen en jongeren hun digitale omgeving ervaren en gebruiken. Door kinderen en jongeren **zelf aan het woord te laten**, erkennen we hen als **actieve actoren** met eigen ervaringen, noden en perspectieven. Dat sluit aan bij hun **participatierecht**: het recht van kinderen om gehoord te worden in zaken die hen aanbelangen. Tegelijk maken we zichtbaar waar **ongelijkheden** bestaan, zoals bij de toegang tot toestellen of bij digitale vaardigheden, die beide essentieel zijn voor het waarborgen van gelijke kansen.

Het recht op participatie houdt niet enkel in dat we naar kinderen en jongeren luisteren, maar ook dat er een **passend belang** wordt gehecht aan hun mening. Kinderrechten in de digitale wereld centraal stellen betekent dat beleidsmakers, opvoeders, scholen en technologiebedrijven verantwoordelijkheid dragen én dat ze rekening moeten houden met de stem van kinderen en jongeren bij het uitdragen van hun verantwoordelijkheid. Samen moeten we ervoor zorgen dat zowel de kansen als de uitdagingen die de digitale wereld met zich meebrengt een plek krijgen. Kinderrechten moeten centraal staan, met aandacht voor bescherming, actorschap en inclusie.

Met dit rapport willen we dan ook niet alleen **inzicht bieden in de digitale leefwereld** van kinderen en jongeren, maar ook **bijdragen aan een kinderrechtenbenadering van digitalisering**, waarin hun rechten centraal staan, zowel offline als online.

Methodologie



In Apenstaartjaren combineren we een grootschalige **kwantitatieve bevraging** met **kwalitatief onderzoek** bij **kinderen**, **tieners** en **jongeren**.⁹ De basis van het onderzoek is een online vragenlijst in klasverband. Focusgroepen en interviews helpen ons om het verhaal achter de cijfers te brengen. Ze geven een beter inzicht in de resultaten en helpen die verklaren en aanvullen.

KWANTITATIEVE BEVRAGING

De online vragenlijst

We verzamelden de data tussen **oktober 2025** en **eind januari 2026**. We werkten voor het eerst met **passieve toestemming**¹⁰: expliciete toestemming van ouders was niet nodig om de online vragenlijst in te vullen. Ouders kregen voor het onderzoek wel de nodige

informatie en de mogelijkheid om de deelname van hun kind te weigeren. De deelnemende scholen ontvingen achteraf een schoolspecifieke samenvatting van de resultaten.

Bij het uitwerken van de vragenlijst zochten we naar een evenwicht tussen continuïteit en vernieuwing. We wilden voldoende ruimte bieden aan actuele thema's en nieuwe ontwikkelingen, maar tegelijkertijd de opbouw en formulering van de vragen zo gelijk mogelijk houden, om vergelijkingen over de edities heen mogelijk te maken.

Elke deelnemer beantwoordde een basisvragenlijst¹¹ die peilt naar **socio-demografische kenmerken** (leeftijd, leerjaar, gender, nationaliteit, taal die thuis gesproken wordt, materiële en sociale deprivatie), **mediabezit en -gebruik** en **mediaopvoeding**.

⁹ Kinderen = 1e t/m 4e leerjaar (1e en 2e graad lager onderwijs), tieners = 5e en 6e leerjaar (3e graad lager onderwijs) en jongeren = het voltallige secundair onderwijs.

¹⁰ De Ethische Commissie van UGent en de Gegevensbeschermingsautoriteit gingen akkoord dat passieve toestemming voldoende was voor deelname aan de online vragenlijst. Voor deelname aan de klasgesprekken was wel actieve toestemming van een ouder vereist.

¹¹ De basisvragenlijst bestaat uit kernvragen die behoren tot vaste thema's die in elke editie van Apenstaartjaren terugkeren en aan alle deelnemers worden voorgelegd.

Waarom materiële en sociale deprivatie?

Het is vaak moeilijk voor kinderen, tieners, en jongeren om het gezinsinkomen en de werksituatie van hun ouders in te schatten. Daarom maken we gebruik van de **‘materiële en sociale deprivatie’ (MSD) indicator**. We vragen of het gezin sommige goederen, diensten

of activiteiten kan veroorloven of niet.

Voor Apenstaartjaren vertaalden we die indicator op kindermaat en kwamen daarbij uit op **10 kostenposten** in het gezin:

	Kinderen	Tieners/Jongeren
Ik ga altijd mee op schooluitstap	85%	90%
Ik krijg elk seizoen nieuwe kleren (in de winkel of online)	59%	72%
Ik kan elke dag vers fruit en verse groenten eten	81%	89%
Ik heb thuis speelgoed of spelletjes om te spelen	94%	89%
Ik kan vrienden uitnodigen thuis	77%	87%
Ik kan thuis op het internet	80%	97%
Ik doe regelmatig uitstapjes met het gezin	70%	69%
Ik ga ieder jaar minstens een week op reis	67%	73%
Ik heb thuis boeken die ik kan lezen	85%	82%
Ik heb een of meerdere hobby's (zoals muziek maken, jeugdbeweging, sporten of creatief bezig zijn)	79%	81%

Tabel 1: De kostenposten voor een gezin, van kinderen (N=1609) en tieners/jongeren (N=3922)

De meeste kinderen in ons onderzoek duiden acht van de tien kostenposten aan. Hun gezin kan dan aan twee kostenposten niet tegemoetkomen. We zien zo dat 94% van de kinderen thuis speelgoed of spulletjes heeft om mee te spelen (hoogste score), terwijl 59% aangeeft elk seizoen nieuwe kleren te krijgen (laagste score).

14% van de kinderen kan zich 5 of meer kostenposten niet veroorloven. Die beschouwen we als ernstig materieel en sociaal gedepriveerd. Bij tieners en jongeren scoren respectievelijk 8% en 11% hoog op deprivatie en zijn dus ernstig materieel en sociaal gedepriveerd.

Voor een correct begrip tijdens het lezen nog even deze verduidelijking:

- een lage deprivatie = weinig zaken die je je niet kan veroorloven = een hogere socio-economische status,
- een hoge deprivatie = een mix van minstens 5 op 10 zaken die je je niet kan veroorloven = een lagere socio-economische status.

Uit de data blijkt dat zowel voor kinderen, tieners als jongeren met een hogere deprivatie thuis vaker een andere taal dan het Nederlands spreken en vaker een dubbele of andere nationaliteit dan de Belgische hebben.

Na het invullen van deze basisvragenlijst kregen **tieners en jongeren** nog vragen over volgende extra thema's: **AI-toepassingen, smartphone-ban, digitale leermiddelen, online informatie, locatie-monitoring, nieuws, online veiligheid, digitaal welzijn en digitale ontkoppeling, gaming, online shoppen, deepfakes, sexting, sextortion, grooming, online pornografie en cyberpesten**. Om de vragenlijst overzichtelijk te houden, verdeelden we deze thematische vragen over vier grote blokken willekeurig onder de deelnemers.

Voor jongere kinderen (eerste en tweede graad lager onderwijs) pasten we de formulering van de vragen aan, om beter aan te sluiten bij hun leeftijd. In eerder Apenstaartjarenonderzoek stelden we vast dat het mediagebruik van tieners (derde graad lager onderwijs) dichter aanleunt bij dat van jongeren uit het secundair onderwijs (cf. de **digitale puberteit**), dan bij dat van kinderen uit de eerste en tweede graad lager onderwijs. Daarom kregen de tieners grotendeels dezelfde vragenlijst¹² als de jongeren. We stelden hen een aantal vragen over meer contextgebonden of gevoelige thema's niet (zoals studierichting/stroom, digitale leermiddelen, smartphoneban online shoppen, sexting, sextortion, grooming en online pornografie).

Data-cleaning

Tijdens het invullen van de vragenlijst konden de kinderen, tieners en jongeren moeilijke of gevoelige vragen overslaan. Dat verkleint de kans op frustratie en willekeurig invullen, maar leidt wel tot ontbrekende antwoorden. Om de representativiteit van de resultaten over de volledige vragenlijst te waarborgen, werden enkel

respondenten behouden die minstens **95% van de hoofdvragen uit de basisvragenlijst** invulden. Die vragen maken deel uit van de vaste thema's van het Apenstaartjarenonderzoek en alle deelnemers kregen die aan het begin van de vragenlijst.

Voor de gerandomiseerde thematische blokken hanteren we deze regel niet, omdat die vaker gevoelige of complexere onderwerpen bevatten. Daarnaast werden bijkomende controles¹³ uitgevoerd om de kwaliteit van de data te waarborgen en onbruikbare antwoorden uit de dataset te verwijderen.

Hoewel het aantal respondenten per thematisch onderdeel lager ligt, blijven de resultaten representatief voor de verschillende doelgroepen door de randomisatie van die blokken. Omdat er ontbrekende antwoorden mogelijk zijn, de vragen in de gerandomiseerde blokken slechts door een deel van de steekproef werden ingevuld, en bepaalde vragen enkel getoond werden op basis van eerdere antwoorden, vermelden we in dit rapport bij elke grafiek en tabel het exacte aantal respondenten (N) die deze vraag heeft ingevuld. In tabellen met meerdere stellingen, waarbij het aantal respondenten per stelling licht kan variëren, rapporteren we het kleinste aantal respondenten die een stelling hebben beantwoord (Nmin).

De initiële steekproef bestond uit **6756** antwoorden van kinderen, tieners en jongeren. Na datacleaning bleven **5745** respondenten over die werden meegenomen in de verdere analyses. Hieronder vind je de verdeling over het (buiten) gewoon lager en secundair onderwijs.

	Oorspronkelijke steekproef	Uiteindelijke steekproef
Kinderen lager onderwijs	1814	1609
Tieners lager onderwijs	1219	1003
Jongeren secundair onderwijs	3421	2919
Kinderen lager buitengewoon onderwijs	7	0 ¹⁴
Tieners lager buitengewoon onderwijs	46	26
Jongeren secundair buitengewoon onderwijs	249	188
Totaal	6756	5745

Tabel 2: De steekproefverdeling

¹² De vragenlijst voor tieners en jongeren was in formulering en volgorde hetzelfde, en verschilde enkel in het aantal vragen dat moest worden beantwoord: jongeren kregen bijkomende vragen over meer gevoelige of contextgebonden thema's, en tieners kregen die niet. Voor kinderen werd een volledig aparte vragenlijst gebruikt.

¹³ Antwoorden werden uitgesloten in geval van ontbrekende of inconsistente sociodemografische gegevens, een zeer onwaarschijnlijk of uniform antwoordpatroon, of een opvallend korte invultijd in verhouding tot de leeftijdsgroep.

¹⁴ Kinderen uit het buitengewoon lager onderwijs waren onvoldoende vertegenwoordigd in de steekproef en werden daarom niet meegenomen in de analyses.

Weging

Om de resultaten te kunnen veralgemenen voor de populatie van Vlaamse schoolgaande kinderen, tieners en jongeren, streefden we naar een representatieve steekproef¹⁵ op vlak van geslacht, opleidingsgraad en opleidingstype¹⁶. We pasten een weging toe rekening houdend met de **officiële cijfers (schooljaar 2024-2025) van het Vlaamse Ministerie van Onderwijs**.

Kinderen (1ste tot 4de leerjaar) en tieners (5de en 6de leerjaar) worden **gewogen** naar graad en gender, jongeren uit het secundair onderwijs naar **graad, gender en studierichting**. Respondenten die bij gender geen 'jongen' of 'meisje' aanduiden en tieners uit OKAN-klassen kregen een wegingsfactor 1, omdat zij

buiten het steekproefkader vallen maar wel in de resultaten opgenomen blijven. Door de lage responscijfers passen we geen weging toe bij de antwoorden van leerlingen uit het buitengewoon onderwijs.

Aangezien we de data van de kinderen volledig afzonderlijk analyseren van tieners en jongeren, gebruiken we twee aparte wegingskaders: één voor de kinderen (wegingsfactoren tussen 0,77 en 1,30) en één voor de tieners en jongeren (wegingsfactoren tussen 0,72 en 1,65). Een analyse van deze wegingsfactoren geeft aan dat ze ruim binnen de aanvaardbare drempel vallen voor een representatieve steekproef¹⁷.

	1ste graad lager onderwijs	2de graad lager onderwijs
Jongens	1,30	0,87
Meisjes	1,25	0,77

Tabel 3: Wegingsfactoren kinderen

	3de graad LO		1ste graad SO	2de graad SO	3de graad SO
Jongens	0,82	A-stroom & doorstroom en dubbele finaliteit	1,51	0,75	1,28
		B-stroom & arbeidsmarktfinaliteit	1,11	1,30	1,65
Meisjes	0,90	A-stroom & doorstroom en dubbele finaliteit	1,32	0,74	1,08
		B-stroom & arbeidsmarktfinaliteit	0,82	0,72	1,06

Tabel 4: Wegingsfactoren tieners en jongeren

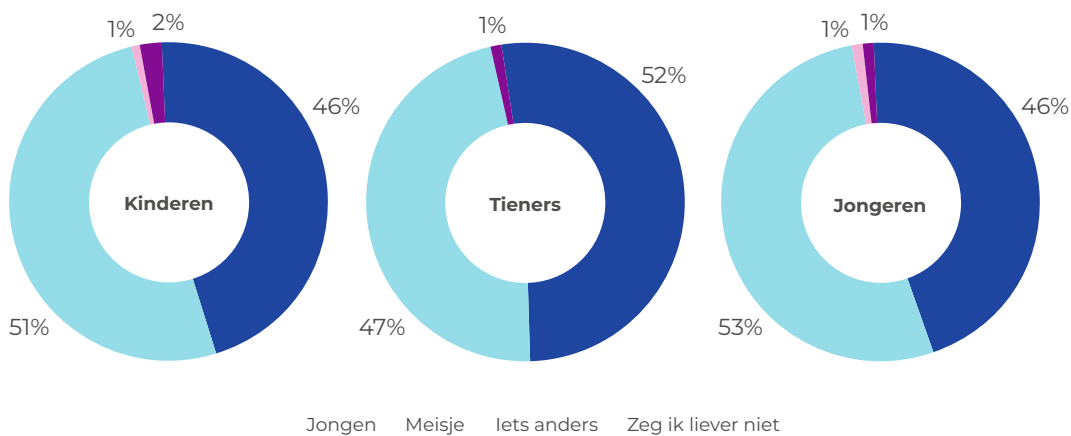
¹⁵ Statistiek Vlaanderen. (2025, 28 augustus). Schoolbevolking basis- en secundair onderwijs. Vlaanderen.be. Geraadpleegd september 2025, van www.vlaanderen.be/statistiek-vlaanderen/onderwijs-en-vorming/schoolbevolking-basis-en-secundair-onderwijs

¹⁶ Opleidingstype is enkel relevant voor jongeren uit het middelbaar onderwijs.

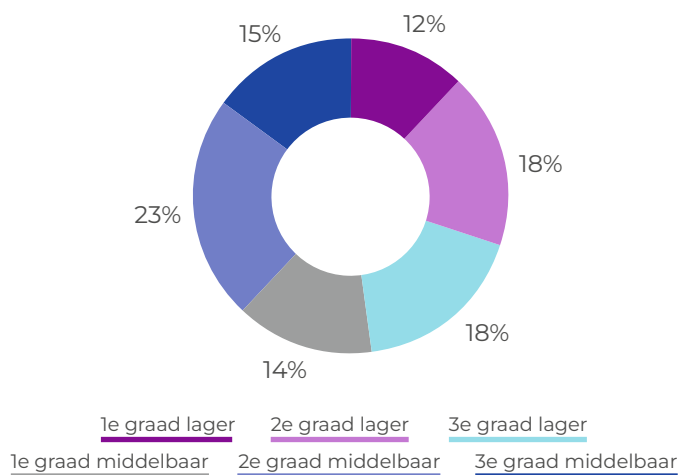
¹⁷ Het Kish's design effect voor ongelijke weging gaf een waarde van 1.07 voor de steekproef van tieners en jongeren en 1.05 voor de steekproef van kinderen.

Beschrijving van de steekproef

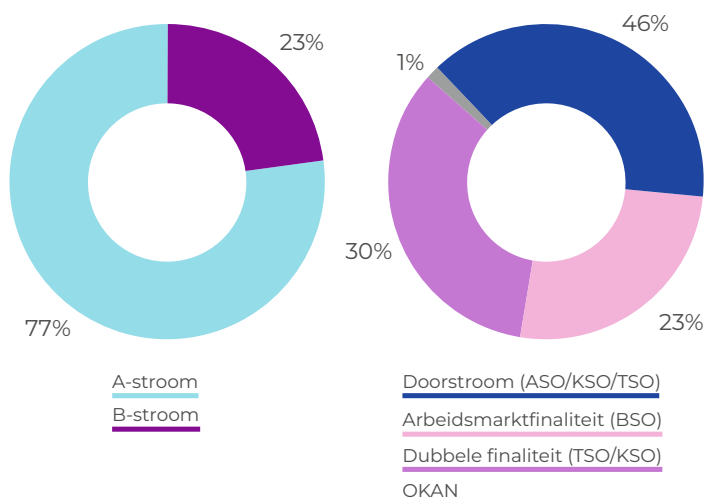
Onderstaande grafieken tonen de **ongewogen samenstelling** van de uiteindelijke groep deelnemers na de data-cleaning, zoals die effectief deelnamen aan het onderzoek. Die ongewogen percentages geven inzicht in de verdeling van de effectieve steekproef van respondenten.



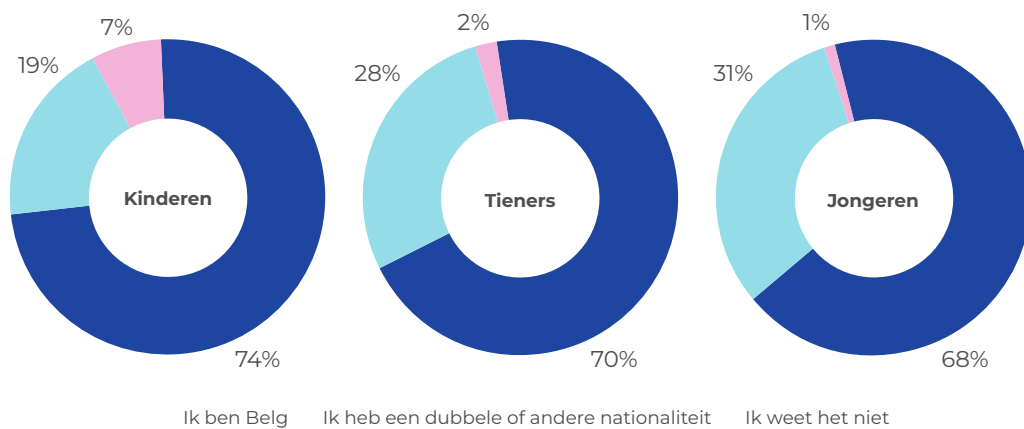
Grafiek 1: Percentage respondenten, uitgesplitst volgens gender voor kinderen (N=1609), tieners (N=1003) en jongeren (N=2919)



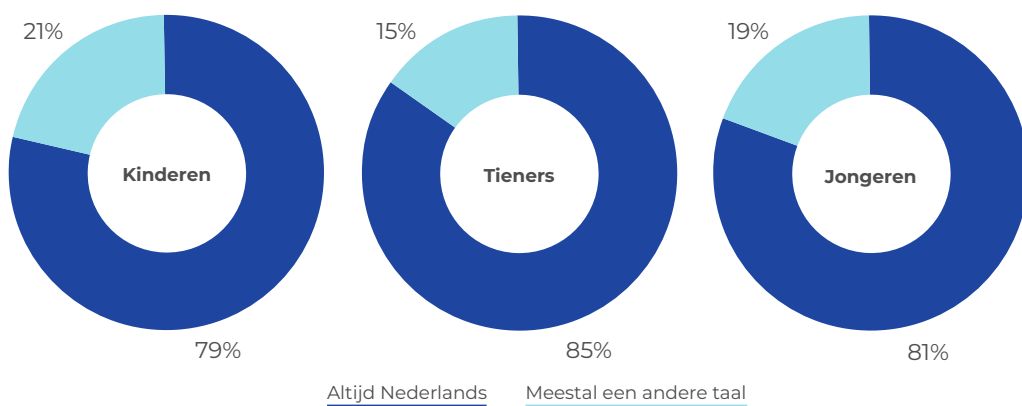
Grafiek 2: Percentage respondenten, uitgesplitst op graad naargelang onderwijstype, voor kinderen (N=1609) en tieners (N=1003) en jongeren (N=2886)



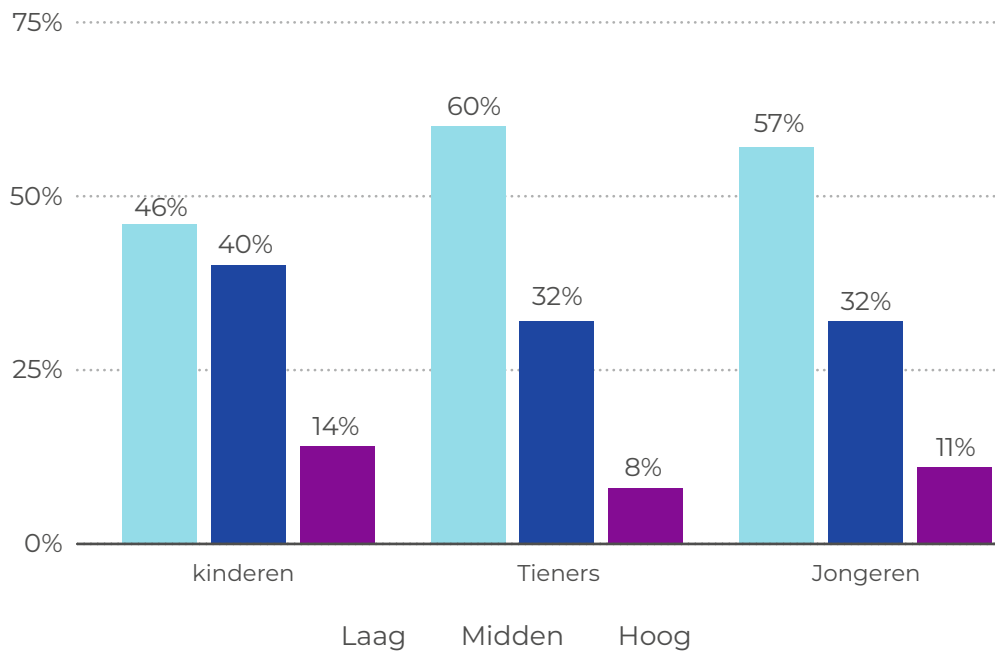
Grafiek 3: Percentage respondenten, uitgesplitst op opleidingstype voor secundair (N=2919)



Grafiek 4: Percentage respondenten, uitgesplitst op nationaliteit voor kinderen (N=1609), tieners (N=1003) en jongeren (N=2919)



Grafiek 5: Percentage respondenten, uitgesplitst op taal die ze thuis spreken voor kinderen (N=1609), tieners (N=1003) en jongeren (N=2919)



Grafiek 6: Percentage respondent, uitgesplitst op deprivatiescore voor kinderen (N=1609), tieners (N=1003) en jongeren (N=2919)

Naast de kinderen, tieners en jongeren uit het reguliere onderwijs (zie grafieken hierboven), kregen we ook van **214 tieners en jongeren¹⁸ in het buitengewoon secundair onderwijs** heel wat waardevolle antwoorden. De verdeling is als volgt: 12% tieners en 88% jongeren waarvan 66% jongens en 34% meisjes. Deze tieners en jongeren hebben iets vaker een hoge deprivatie (45%) dan tieners en jongeren in het reguliere onderwijs. Doorheen het rapport geven we in kleur de belangrijkste en opvallendste cijfers van tieners en jongeren uit het buitengewoon onderwijs mee.

In het rapport rapporteren we de bevindingen over de verschillende thema's met de **gewogen cijfers**. Dit geeft ons een accuraat beeld van wat de antwoorden op de online bevraging zeggen, met betrekking tot de beoogde populatie van Vlaamse kinderen, tieners en jongeren. Doorheen de tekst ronde we percentages af op gehele getallen, zonder cijfers na de komma. In tabellen en grafieken worden ze weergegeven met één cijfer na de komma. Door deze afrondingen kan het voorkomen dat totalen die normaal 100% bedragen, licht afwijken (bijvoorbeeld bij optelling van de categorieën '% niet akkoord', '% neutraal' en '% akkoord').

¹⁸ Kinderen uit het buitengewoon lager onderwijs waren onvoldoende vertegenwoordigd in de steekproef en werden daarom niet meegenomen in de analyses.

KWALITATIEVE BEVRAGING

Naast de grootschalige vragenlijst werken we in deze editie opnieuw met **focusgroepen en interviews** met kinderen, tieners en jongeren. Uit die gesprekken halen we de meest relevante inzichten en citaten. Ze helpen om de cijfers te duiden, ervaringen te verdiepen en bevindingen te nuanceren of te versterken. De gesprekken vonden plaats tussen **december 2025 en maart 2026**.

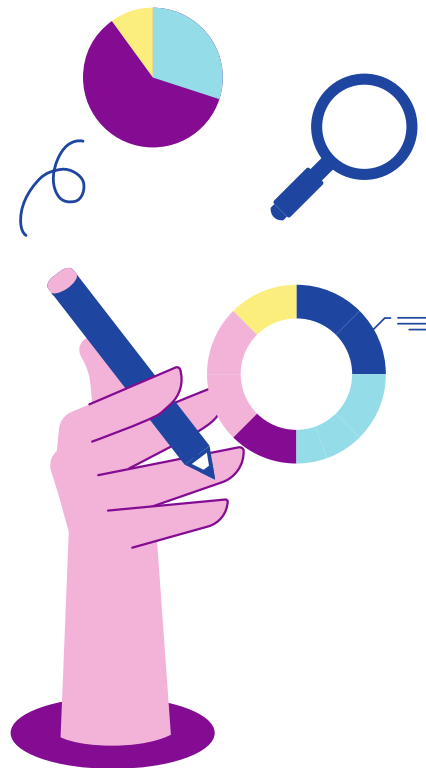
In totaal namen **16 scholen, 2 leefgroepen en 3 kinderverkingen voor kwetsbare groepen** deel. Daaronder zitten ook twee scholen uit het buitengewoon onderwijs en één OKAN-school met jongeren die recent in België aankwamen, vanuit verschillende regio's van de wereld.

In totaal spraken we met **126 kinderen** (69 meisjes, 57 jongens), **140 tieners** (67 meisjes, 73 jongens) en **373 jongeren** (195 meisjes, 178 jongens). Binnen deze groep jongeren zitten ook 67 leerlingen uit het buitengewoon onderwijs (type 2 en 9) en 15 OKAN-leerlingen.

De kwalitatieve bevraging gebeurde in het secundair onderwijs via groepsgesprekken met de volledige klas of een kleinere groep leerlingen. In het lager onderwijs werkten we meestal met kleine groepen tot maximaal acht kinderen. In de derde graad van het lager onderwijs werd soms ook met de volledige klas gesproken. De **gesprekken** duurden gemiddeld **één lesuur**, maar waar nodig werd hiervan afgeweken. Zo waren de gesprekken in het 1ste en 2de leerjaar korter.

We **werken** met een **semi-gestructureerde leidraad**: de interviewer volgde een vooraf bepaalde focus, afgestemd op leeftijd, maar liet ruimte voor spontane inbreng. Om het ijs te breken starten we vaak met laagdrempelige vragen over toestelbezit en het moment waarop kinderen of jongeren hun eerste smartphone krijgen. Bij kinderen beginnen we eerder met hun favoriete televisieprogramma of game.

Om het gesprek op gang te houden, gebruikten we soms **speelse methodieken** zoals tekenopdrachten of het spel Dobble bij kinderen en tieners, en het spel "Is het AI of niet?" bij jongeren om op een toegankelijke manier over AI en deepfakes te praten.



Toestellen en toegang tot schermen

In Apenstaartjaren maken we een **onderscheid** tussen **toestelgebruik**¹⁹ en **-bezit**. Die nuance is belangrijk: wat kinderen, tieners en jongeren gebruiken, is niet altijd hetzelfde als wat ze zelf bezitten. Bij toestellen die ze zelf bezitten, hebben ze doorgaans meer **autonomie** en kunnen ze zelf bepalen wanneer en hoe ze die gebruiken. Wanneer toestellen gedeeld worden met ouders, broers of zussen, gebeurt het gebruik vaker **in overleg** en binnen afspraken of regels die samen worden vastgelegd.

GEEN GROTE VERRASSINGEN

Ook in deze editie zien we dat kinderen en tieners het vaakst gebruik maken van de **televisie**. Over de verschillende graden van het lager en secundair onderwijs heen blijft het televisiegebruik **stabiel** en **hoog** bij minstens negen op tien kinderen, tieners en jongeren.

Hoe ouder kinderen worden, hoe belangrijker de **smartphone** wordt. Vanaf het secundair onderwijs gebruiken ze hun smartphone meer dan de televisie en wordt het het meest gebruikte toestel. Bij kinderen in de tweede graad van het lager onderwijs zien we een stijging in het gebruik van de smartphone in vergelijking met 2024²⁰. Tieners en jongeren in de eerste graad secundair onderwijs gebruiken dan weer minder een smartphone in vergelijking met 2024.

In de bevraging namen we naast smartphones ook **klassieke gsm's** (toestellen waarmee je enkel kan bellen of sms'en) op. Die cijfers staan niet in de tabellen, maar

zijn wel relevant om te vermelden. 23% van de kinderen, 17% van de tieners en ongeveer één op tien jongeren gebruikt zo'n toestel. Uit de gesprekken blijkt dat de klassieke gsm bij kinderen en tieners vaak dient als **tussen-toestel**, in afwachting van een eerste smartphone. Zo vertelt Patrick (10 jaar) dat hij eerst een GSM had waar hij alleen op mocht spelen. Dat veranderde op zijn tiende verjaardag:

"Toen kreeg ik een eigen gsm. Daarmee kan ik op WhatsApp, Snapchat en kan ik ook spelletjes spelen."



¹⁹ Exacte vraagstelling in de vragenlijst, bij tieners en jongeren: Welke toestellen gebruik jij thuis? computer (laptop of vaste PC), klassieke gsm (enkel sms of bellen), smartphone, tablet (zoals iPad, Galaxy Tab, tablet voor kinderen), spelconsole (zoals Playstation, Nintendo Switch, Xbox), digitaal fototoestel (enkel foto, eventueel video), radio of muziekspeler (zoals iPod), televisie (om naar tv te kijken), smartwatch of horloge met internetverbinding (zoals Fitbit, Garmin), virtual reality (of VR-)bril (zoals Meta Quest, Oculus Rift), luidspreker met spraakbediening (zoals Sonos, Google Home, Apple HomePod), ik gebruik GEEN toestellen. Aan kinderen werd voor elk toestel (smartphone, gsm, computer, tablet en televisie) de vraag gesteld of zij dit thuis gebruikten, met als antwoordopties: "ja, en die is van mij alleen", "ja, maar ik deel die met iemand anders", "nee, ik gebruik geen [toestel]" en "ik weet het niet".

²⁰ Bij kinderen gebruikten we deze editie een andere vraagstelling, in plaats te vragen welke toestellen ze thuis gebruiken vroegen we aan de kinderen voor elk toestel (smartphone, gsm, computer, tablet en televisie) of zij dit thuis gebruikten, met als antwoordopties: "ja, en die is van mij alleen", "ja, maar ik deel die met iemand anders", "nee, ik gebruik geen [toestel]" en "ik weet het niet".

Bij jongeren zien we een andere motivatie. Daar is het gebruik van een klassieke gsm, zeker op latere leeftijd, vaker een bewuste keuze om afleiding te beperken. Isabella (16 jaar, dubbele finaliteit) beschrijft de reden waarom zij recent een 'oude telefoon' kocht:

“Een telefoon waarmee ik enkel berichten kan sturen of bellen. Want het helpt me om minder op mijn telefoon te zitten.”

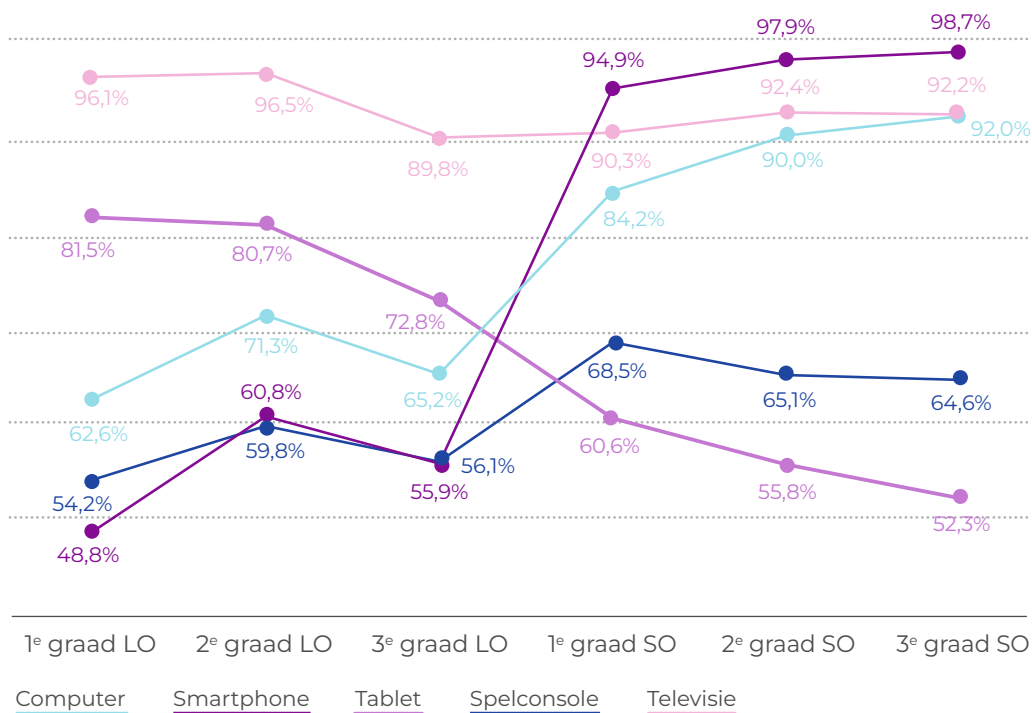
Ook de **computer (laptop of vaste pc)** blijft een vaste waarde binnen alle leeftijdsgroepen. Bij jongeren behoort dit toestel in elke graad tot de top drie van meest gebruikte apparaten. Toch zien we een lichte verschuiving ten opzichte van 2024: waar toen al 90% van de leerlingen in de eerste graad van het secundair onderwijs een computer gebruikte, is dat nu pas vanaf de tweede graad het geval. De Digisprong die voor elke leerling in het secundair onderwijs een laptop voorzag, lijkt hiermee af te zwakken.

In de eerste en tweede graad van het lager onderwijs gebruiken kinderen net vaker een computer dan in 2024. Volgens Ruth (9 jaar) en Leon (8 jaar) komt dit omdat ze

vaak “de computer op school voor opdrachten en taken ...” gebruiken en “om zaken op te zoeken ...”

De **tablet** blijft vooral een toestel voor kinderen en tieners. In de derde graad lager onderwijs gebruikt bijna driekwart (73%) nog een tablet, maar dat aandeel daalt geleidelijk in het secundair onderwijs tot ongeveer de helft in de derde graad. Naarmate de smartphone aan belang wint, verliest de tablet zijn plaats in de top drie van meest gebruikte toestellen. Tegelijkertijd ligt het tabletgebruik in het secundair onderwijs wel iets hoger dan in 2024. Een mogelijk verklaring voor de daling in computergebruik bij de eerste graad secundair onderwijs?

Het gebruik van **spelconsoles** varieert minder sterk tussen de verschillende graden. Net als in de vorige editie zien we een lichte piek in de eerste graad secundair onderwijs, waar 69% van de jongeren aangeeft dat ze een spelconsole gebruiken. In de daaropvolgende graden neemt het gebruik licht af tot 65%. Daarnaast is er een verschil in het gebruik van spelconsoles tussen jongens en meisjes: bij tieners en jongeren gebruikt 80% van de jongens zo'n toestel tegenover 47% van de meisjes.



Grafiek 7: Toestelgebruik van kinderen (N=1609), tieners (N=864) en jongeren (N=3025), per graad

Ook bij jongeren uit het **buitengewoon onderwijs** staat de **smartphone** met stip op één: 80% geeft aan thuis een smartphone te gebruiken. Daarna volgt de televisie (75%), de computer (69%), de spelconsole (60%), de tablet (40%) en de klassieke gsm (17%). In vergelijking met de reguliere jongeren zien we dat minder jongeren de toestellen thuis gebruiken. Met uitzondering van de spelconsole, daar zijn de verschillen net iets minder groot. Dit is een ander beeld

dan twee jaar terug, waar de jongeren buitengewoon onderwijs thuis meer toestellen gebruikten dan jongeren uit het reguliere onderwijs. Worden digitale toestellen nu gezien als een grotere kwetsbaarheid voor jongeren uit het buitengewoon onderwijs, eerder dan een toegangspoort naar de wereld of hulpmiddel om beperkingen te compenseren? En/of gaan ouders en begeleiders jongeren uit het buitengewoon onderwijs 'doordachter' begeleiden in hun schermgebruik?



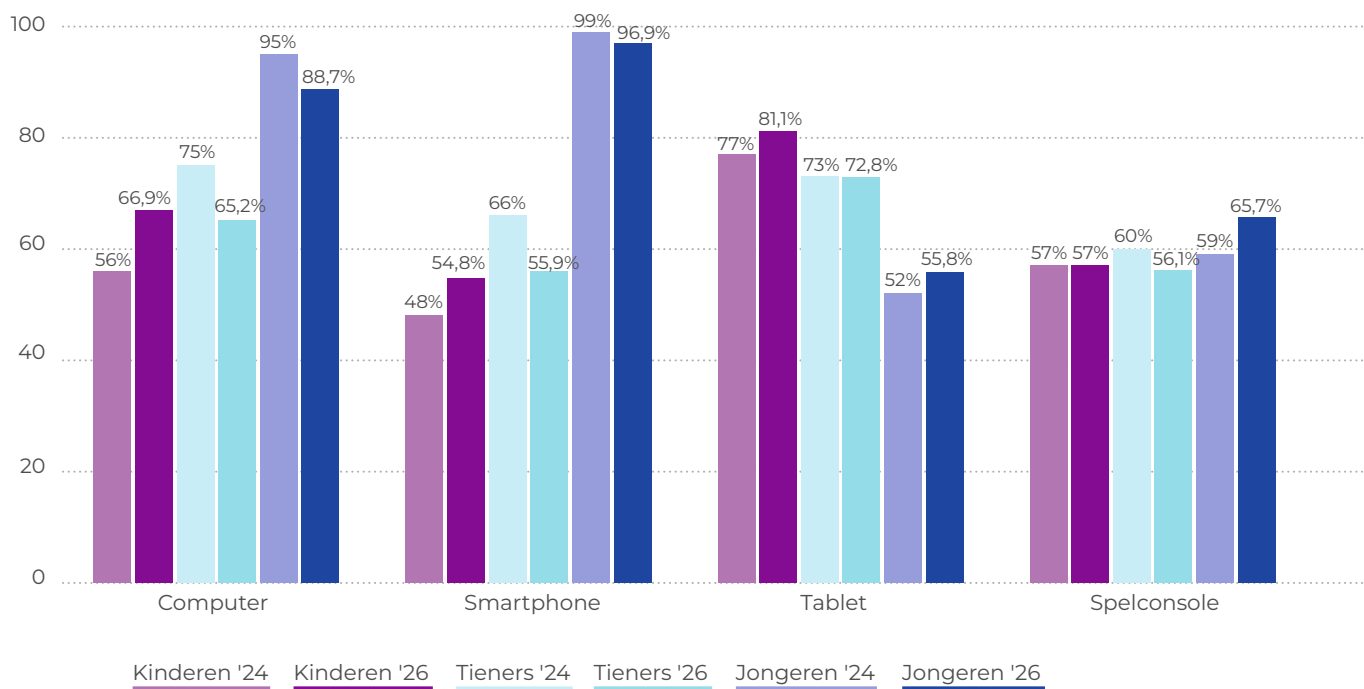
TOESTELLENGEBRUIK OVER VERSCHILLENDE JAREN HEEN

Net als in de vorige editie zien we opnieuw dat meer **kinderen** een computer, smartphone, tablet en televisie gebruiken. Alleen het gebruik van de spelconsole blijft stabiel, na de stijging in 2024.

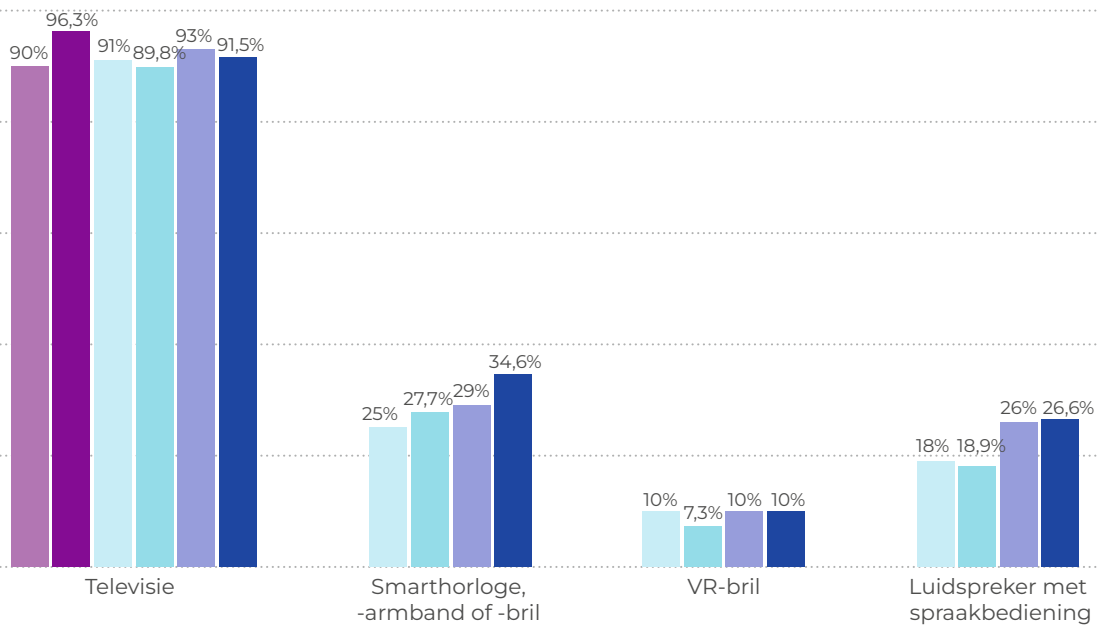
Bij **tieners** zien we een ander beeld. Voor de tweede editie op rij daalt het gebruik van de computer en de smartphone, terwijl het gebruik van tablet, spelconsole en televisie grotendeels stabiel blijft. Die daling is logisch na de (enorme) piek in 2022 onder invloed van COVID-19, het thuisonderwijs en de net ingezette Digisprong. Ook het smartphone-verbod op school

sinds september 2025 kan hier een rol spelen. De daling in toestelgebruik zet zich verder in het mediagebruik, waar we het in het volgende hoofdstuk over hebben.

Bij **jongeren** zetten de stijgingen van eerdere edities zich door voor de tablet, spelconsole en smartwatch. Opvallend is dat het gebruik van de computer en smartphone juist daalt, vooral in de eerste graad secundair. Waarschijnlijk spelen zowel het smartphone-verbod op school, als de afzwakking van de verwachting uit de Digisprong om voor elke leerling in het secundair onderwijs een laptop te voorzien, hier een sterke rol in.



Grafiek 8: Toestelgebruik van kinderen (N=1609), tieners (N=864) en jongeren (N=3058), in vergelijking met 2024



HET EERSTE EIGEN TOESTEL IS NIET DE SMARTPHONE

Het eerste eigen toestel is niet altijd de smartphone.

In de eerste graad lager onderwijs is de tablet het toestel dat kinderen het vaakst zelf bezitten: bijna de helft heeft er een. Het aantal kinderen met een eigen tablet piekt in de tweede graad lager onderwijs.

Vanaf de derde graad lager onderwijs neemt de smartphone de koppositie over als het meest voorkomende eigen toestel. In het secundair onderwijs wordt de tablet vervolgens ook ingehaald door de computer.

Voor het bezit van een **eigen smartphone** zien we een belangrijk kantelpunt in de derde graad lager onderwijs: vanaf dan bezit een kleine meerderheid een eigen toestel (51%). In het secundair onderwijs stijgt dat naar meer dan negen op tien van de jongeren.

Het bezit van een **eigen computer** volgt een gelijkaardige evolutie op iets latere leeftijd. In de eerste graad secundair heeft meer dan de helft van de jongeren een eigen computer, de rest volgt in de tweede graad secundair.



Grafiek 9: Eigen toestelbezit bij kinderen (N=1609), tieners (N=864) en jongeren (N=3025) volgens graad

Bij jongeren uit het buitengewoon onderwijs zien we dat 79% van de jongeren in bezit is van een eigen smartphone. Kijkend naar de eerder genoemde cijfers (80% van de jongeren uit het buitengewoon onderwijs gebruikt een smartphone thuis) betekent dit dat bijna alle jongeren die aangeven een smartphone te gebruiken deze ook bezitten. Echter is deze smartphone niet altijd met volledige connectiviteit. 62% van de jongeren uit het bijzonder onderwijs geeft aan een eigen smartphone te bezitten en hiermee overal op het internet te kunnen via een

data-abonnement. Ook bij deze groep stijgt het smartphonebezit met de leeftijd. Als we kijken naar andere toestellen dan zien we dat 52% van de jongeren in het buitengewoon onderwijs een eigen computer heeft en 34% bezit een eigen tablet.

“Ik had mijn tablet vanaf mijn achtste en mijn smartphone vanaf mijn twaalfde”

(Youri, 19 jaar, Buitengewoon Onderwijs)

DE EERSTE SMARTPHONE

“Wanneer geef ik mijn kind een smartphone?” Het is een vraag die we vaak horen. Veel ouders hopen daarbij een antwoord te vinden in cijfers van gemiddelde leeftijden. Toch is het niet aangewezen om je daar blindelings op te baseren.

Eerst en vooral is het belangrijk om te weten of het gaat over een eigen smartphone, die volledig van het kind is? Of over een toestel dat gedeeld wordt binnen het gezin? En heeft dat toestel volledige connectiviteit (met een eigen data-abonnement), of gaat het om een smartphone die enkel thuis of op plaatsen met wifi het internet op kan? Bovendien weet je dan nog niet hoe en hoe vaak die gebruikt wordt en wat de afspraken thuis zijn.

Afhankelijk van hoe je de vraag precies stelt, kunnen de antwoorden, en dus ook de cijfers, sterk verschillen. Het is daarom belangrijk om bij dit soort statistieken goed te kijken naar **wat er precies gemeten wordt** over de leeftijd waarop kinderen hun eerste smartphone bezitten.

Van gedeeld smartphonegebruik naar altijd en overal online

Iets meer dan de helft van de **kinderen** (55%) geeft aan thuis wel eens een smartphone te gebruiken. 26% geeft aan dat de smartphone van hen alleen is, terwijl 29% die smartphone met iemand anders deelt. Een smartphone gebruiken staat dus niet gelijk aan een eigen smartphone hebben.

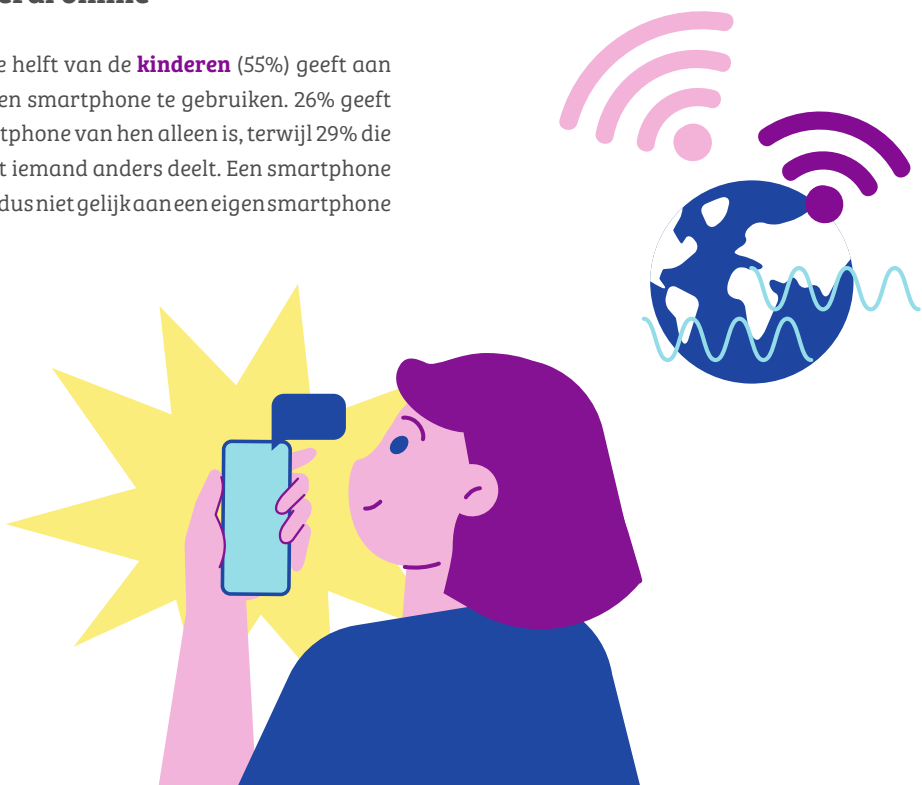
De **meerderheid** (67%) van de lagere schoolkinderen **heeft geen eigen smartphone**. 7% geeft aan niet te weten of het een eigen toestel is. In de klasgesprekken delen de tieners en de jongeren wanneer en hoe ze in bezit zijn gekomen van hun eigen smartphone. Zoals Arno (12 jaar) die een jaar of 8 of 9 was toen hij een telefoon kreeg,

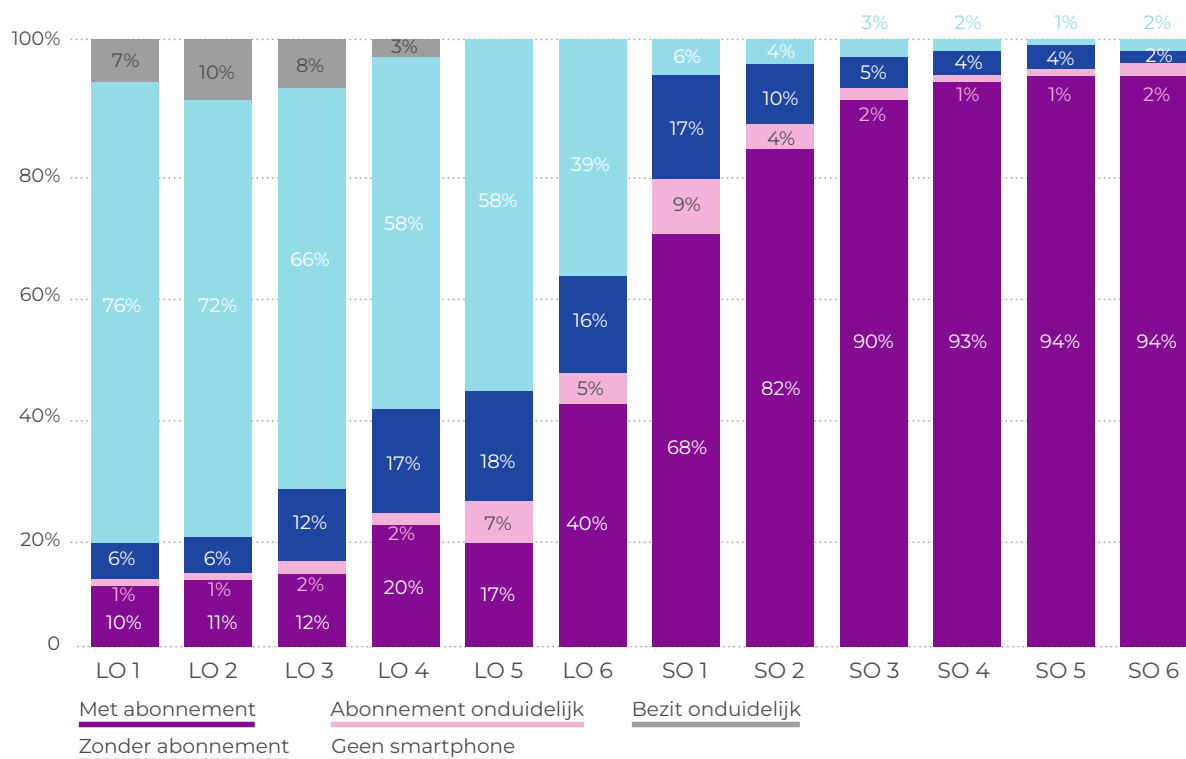
“Maar pas bij eind vijfde kreeg ik de simkaart.”

Of Gerald (15 jaar, doorstroomfinaliteit) die op zijn elfde:

“pas een simkaart heeft gekregen.”

Bovendien betekent het bezit van een smartphone niet automatisch dat ze er alles mee kunnen doen. Het aantal kinderen dat een volledig geconnecteerde smartphone heeft die overal toegang heeft tot het internet, stijgt met de leeftijd.





Grafiek 10: Smartphonebezit bij kinderen (N=1596), tieners (N=864) en jongeren (N=3025), uitgesplitst op schooljaar

Vanaf welke leeftijd heeft de helft van de kinderen een eigen smartphone met volledige connectiviteit?

Dit komt wellicht het dichtst in de buurt van de vraag die ouders zich het vaakst stellen: **Op welke leeftijd krijgt een kind meestal een eigen smartphone waarmee ze altijd en overal op het internet kunnen?** In de grafiek kan je duidelijk zien dat de grootste twee sprongen zitten tussen het **5de en 6de leerjaar** (11/12 jaar) en tussen het **6de leerjaar en het 1ste jaar secundair onderwijs** (12/13 jaar).

“Tot mijn plechtige communie krijg ik geen toestel.”
(Hilde, 11 jaar)

“Ik heb mijn smartphone vanaf het zesde leerjaar. Het veranderde mijn wereld niet grandioos, want ik gamede ook al via de smartphone van mijn ouders en via de laptop.”

(Cas, 14 jaar, BUSO Type 2)

Er zijn twee ‘kantelpunten’. Vanaf 11 jaar heeft de meerderheid (64%) van de kinderen een eigen smartphone, en vanaf 12 jaar heeft de meerderheid ook een eigen data-abonnement (69%). Net als de vorige editie valt de leeftijd waarop de helft van de kinderen een eigen smartphone met volledige connectiviteit heeft, dus tussen de **11- en 12-jarige leeftijd**. Vanaf 15 jaar heeft minimum 9 op 10 jongeren een eigen smartphone met volledige connectiviteit.

DIGITALE ONGELIJKHEID

Bij het gemiddeld aantal toestellen dat kinderen, tieners en jongeren gebruiken speelt **materiële en sociale deprivatie** een duidelijke rol. Wie een lage deprivatie heeft, gebruikt doorgaans meer toestellen, terwijl jongeren met een hogere deprivatie minder toestellen gebruiken.

Opvallend is dat verschillen in deprivatie wel samenhangen met het gebruik van toestellen zoals computers, tablets, radio's en spelconsoles, maar niet met het gebruik van de smartphone. **Kinderen en jongeren** met een **hogere deprivatie** hebben immers even vaak - of soms zelfs vaker - **een eigen smartphone**, al gaat het daarbij **vaker om toestellen zonder data-abonnement**.

Dit wijst erop dat **kinderen en jongeren** met een hogere deprivatie niet alleen minder toestellen gebruiken, maar ook vaker moeten werken met toestellen die **minder geschikt** zijn voor bepaalde taken. Hoewel de smartphone een veelzijdig toestel is, is die door het kleinere scherm en het ontbreken van een toetsenbord of muis minder geschikt voor schoolwerk of langdurige mediaconsumptie.

Bij **tieners** bezit ongeveer de helft een eigen smartphone, ongeacht hun deprivatie. Het verschil zit ook hier vooral in het hebben van een smartphone mét data-abonnement: tieners met een hogere deprivatie hebben veel minder vaak een data-abonnement (ongeveer 14%, tegenover 33% bij tieners met een lagere deprivatie).

Tieners en jongeren met een **hogere deprivatie ervaren duidelijk meer moeilijkheden met de internetkwaliteit** thuis: slechts 68% geeft expliciet aan dat het internet thuis meestal goed werkt, terwijl dit bij tieners en jongeren met een lage deprivatie 89% is. Net als bij MediaNest Cijfers 2025 zien we dat volledige connectiviteit dus iets minder vanzelfsprekend is bij gezinnen met een hoge deprivatie.

Bij het buitengewoon onderwijs geeft 73% van de tieners en jongeren aan dat hun internet meestal goed werkt, dit ligt iets lager dan bij tieners en jongeren uit het reguliere onderwijs.

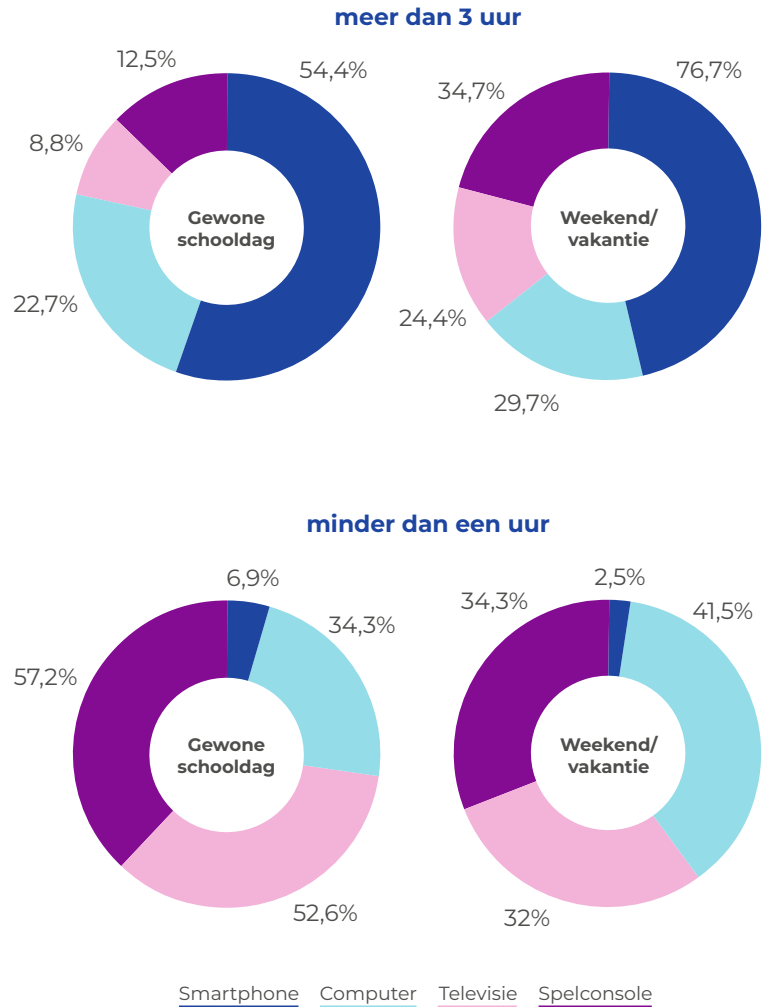


INTENSITEIT VAN GEBRUIK: SCHOOLDAG VERSUS VRIJE DAG

Enkel bij jongeren uit het secundair onderwijs polsten we naar een inschatting van de gebruiksintensiteit van verschillende toestellen op een schooldag en op een vrije dag²¹. Belangrijk is dat jongeren deze vraag enkel beantwoorden voor toestellen die ze ook effectief gebruiken.

Net als in de vorige editie zien we een duidelijk patroon: ze gebruiken toestellen vaker en langer op vrije dagen dan op schooldagen (logisch: want dan hebben ze 'meer vrije tijd'). Vooral bij de **smartphone** is het verschil groot. Tijdens een vrije dag schat ongeveer drie op vier gebruikers (77%) hun gebruik op meer dan drie uur per dag. Op een gewone schooldag is dat iets meer dan de helft (54%). Ook de **televisie en de spelconsoles** gebruiken ze vaker intensief (meer dan drie uur per dag) op vrije dagen. Bij de computer zien we dat verschil minder sterk. Zo zegt 23% van de gebruikers dat ze de computer meer dan drie uur per dag gebruiken op een schooldag, tegenover 30% op een vrije dag²².

Net als jongeren uit het reguliere onderwijs gebruiken jongeren uit het buitengewoon onderwijs digitale toestellen vaker op vrije dagen dan op schooldagen. De intensiteit van het smartphonegebruik is vergelijkbaar in beide groepen. Opvallend is wel dat jongeren uit het buitengewoon onderwijs op vrije dagen vaker meer dan drie uur per dag gebruik maken van een computer, televisie of spelconsole dan hun leeftijdsgenoten uit het reguliere onderwijs.



Grafiek 11: Frequentie toestelgebruik - enkel beantwoord door jongeren die de toestellen ook effectief gebruiken

²¹ We kozen ervoor om deze vraag niet aan kinderen en tieners te stellen, omdat zo'n inschatting op jongere leeftijd moeilijker is.

²² In de vragenlijst werd er effectief gepolst naar het gebruik dat thuis plaatsvindt.

Mediagebruik

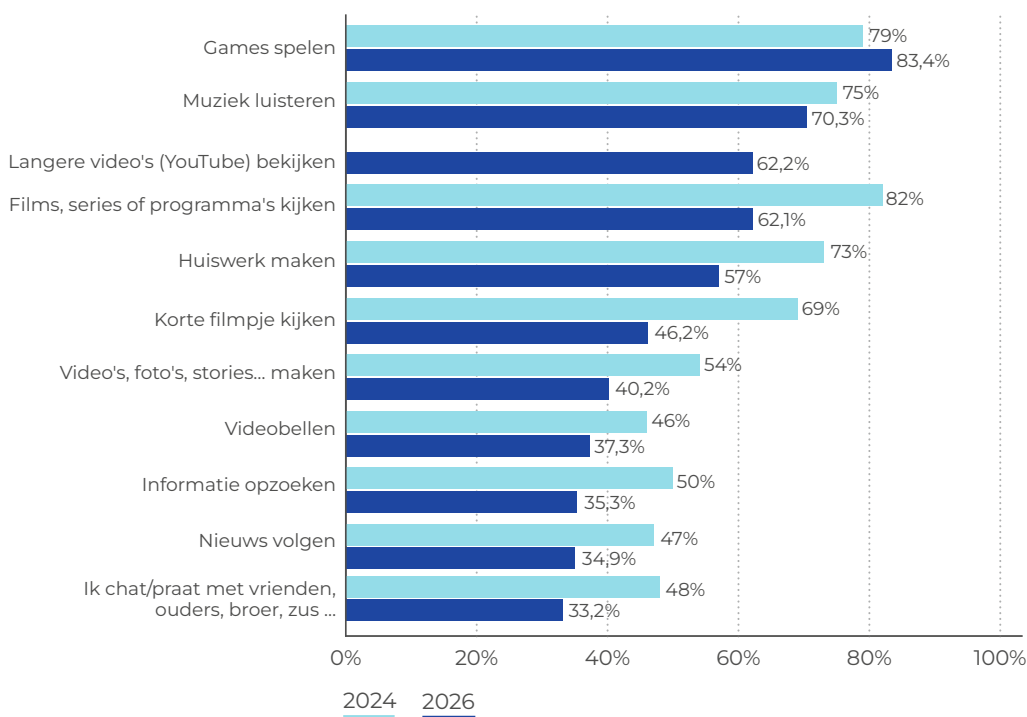
We weten nu welke toestellen kinderen en jongeren gebruiken, maar wat doen ze er precies mee? Net zoals bij de vorige edities van Apenstaartjaren verschilt het **mediagebruik per leeftijdsfase**, van filmpjes kijken en games spelen bij kinderen naar meer sociale toepassingen bij jongeren.



MEDIAGEBRUIK EVOLUEERT MET DE LEEFTIJD

Bij **kinderen** bestaat de top drie van media-activiteiten uit **games spelen, muziek beluisteren en langere video's, films, series of programma's bekijken**. Daarnaast gebruikt ook meer dan de helft van de kinderen digitale toestellen om **huiswerk te maken**.

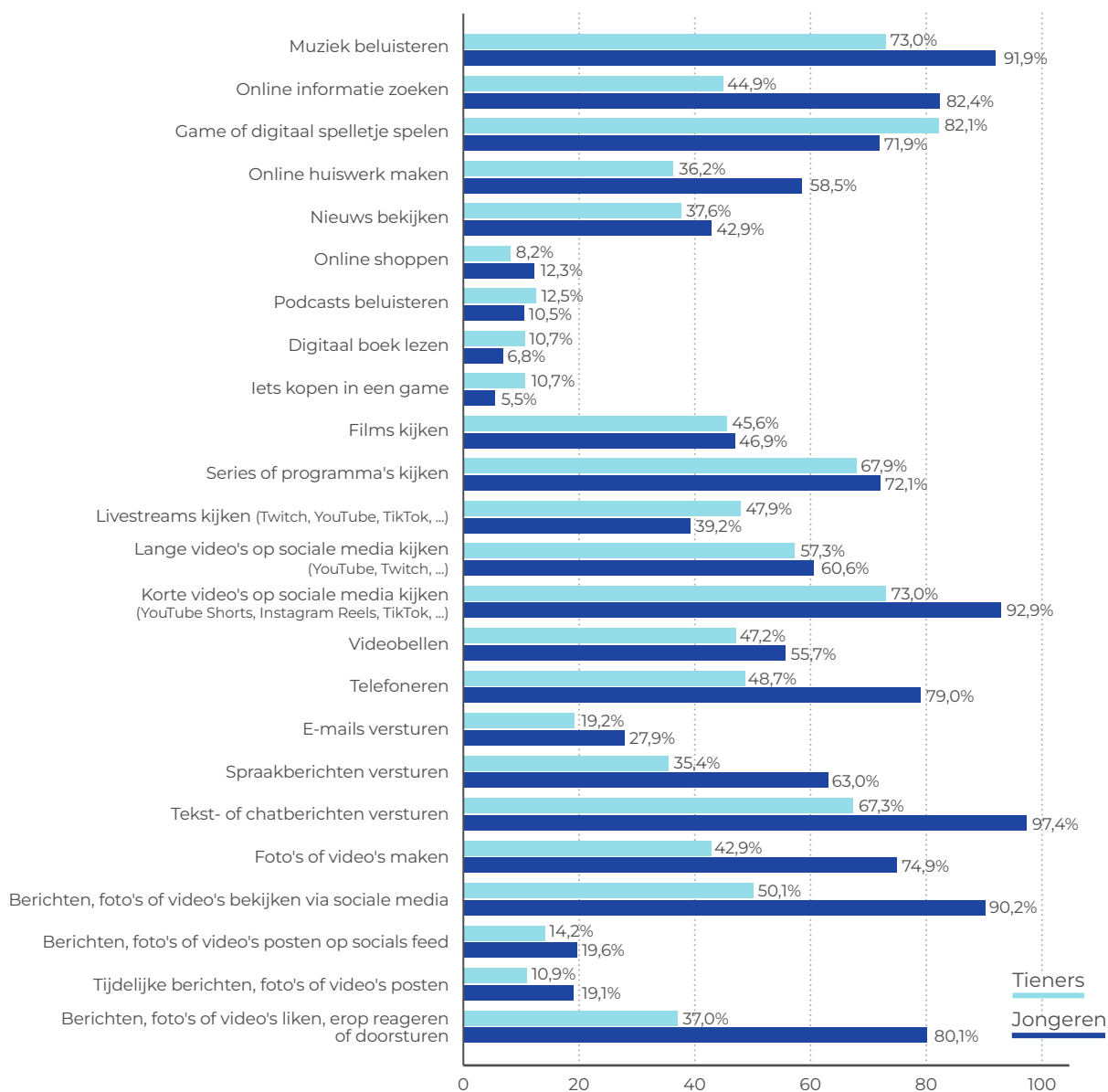
Andere media-activiteiten komen minder vaak voor bij kinderen. Ongeveer één op drie kinderen gebruikt toestellen om te bellen via het internet, informatie op te zoeken, nieuws te volgen of te chatten met vrienden en familie.



Grafiek 12: Media-activiteiten die kinderen (N=1609) doen

Bij **tieners** bestaat de top wekelijkse media-activiteiten uit **games spelen, muziek luisteren, korte video's op sociale media bekijken**. Ook **series of programma's kijken** en **tekst- of chatberichten versturen**, behoren tot de top vijf media-activiteiten bij tieners. In deze leeftijdsgroep verschuiven activiteiten dus stilaan van entertainment naar meer sociale media. Zo bekijkt ongeveer de helft van de tieners **berichten, foto's of video's via sociale media of livestreams** (bijvoorbeeld via Twitch, YouTube of TikTok).

Bij **jongeren** verschuift het patroon nog verder: media worden niet alleen gebruikt om zich te amuseren, maar ook om zich te informeren, om te communiceren en zelf inhoud te maken. Hun top drie van wekelijkse media-activiteiten bestaat uit **tekst- of chatberichten versturen, korte video's op sociale media bekijken en muziek luisteren**. Daarna volgen activiteiten zoals online informatie opzoeken, berichten, foto's of video's bekijken, liken, erop reageren of doorsturen, zelf foto's en video's maken en series of programma's bekijken.



Grafiek 13: Media-activiteiten die minstens wekelijks gedaan worden door tieners (N=864) en jongeren (N=3057)

Digitaal communiceren wordt bij jongeren veel belangrijker: 42% van de tieners geeft aan dagelijks te chatten, terwijl dit bij de jongeren verdubbelt naar 89%. Ook dagelijks spraakberichten versturen, telefoneren en videobellen wordt belangrijker bij jongeren in het secundair.

Dit patroon lijkt in grote lijnen op dat van de vorige editie, al wisselen sommige activiteiten van volgorde. Een opvallende verandering is **huiswerk maken**. In 2024 stond dit nog op de eerste plaats bij tieners en op de vierde plaats bij jongeren. In deze editie komt deze activiteit minder prominent naar voren. Dat kan samenhangen met een verschil in vraagstelling: in de editie van 2024 vroegen we naar huiswerk maken, terwijl we nu vroegen naar online huiswerk maken. Mogelijk dachten tieners en jongeren daarbij enkel aan opdrachten die volledig online uitgevoerd worden. Daarnaast kunnen ook recente beleidskeuzes om digitale toestellen minder hard naar voren te schuiven in het onderwijs een rol spelen, bewust of door een gebrek aan toegang.

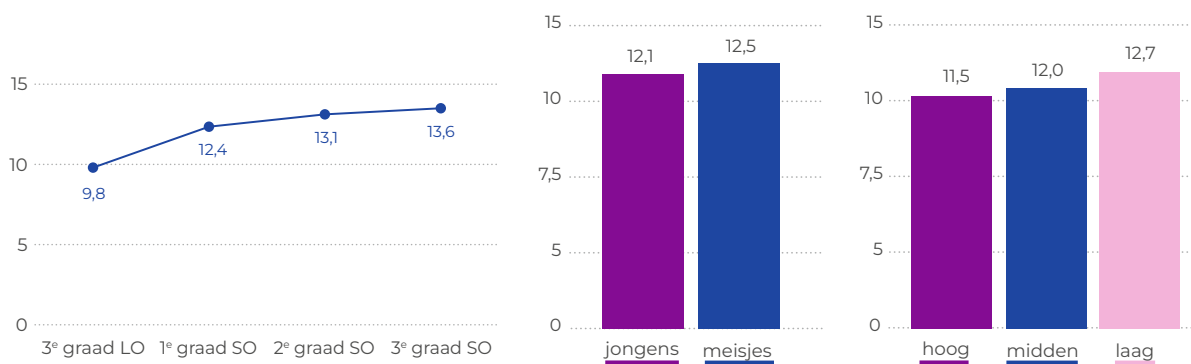
Net als in de vorige editie zien we dat het aantal media-activiteiten toeneemt met de leeftijd. Bij tieners en jongeren bevroegen we in totaal 24 verschillende media-activiteiten. Tieners geven aan wekelijks gemiddeld 9,8 activiteiten te doen, terwijl dat bij jongeren in het secundair onderwijs stijgt naar 13 activiteiten. In de derde graad secundair loopt dit zelfs op tot 13,6 activiteiten.

Opvallend: meisjes rapporteren iets meer media-activiteiten (12,5) dan jongens (12,1). Maar misschien nog relevanter is het **genderverschil** naargelang het type **media-activiteiten**.

Meisjes geven vaker aan dat ze bepaalde activiteiten minstens wekelijks doen, zoals chatberichten versturen (93% van de meisjes vs. 89% van de jongens), muziek beluisteren (92% vs. 84%), berichten bekijken (84% vs. 79%), foto's maken (78% vs. 59%) en series kijken (77% vs. 66%). Ook liken en reageren (74% vs. 67%), videobellen (56% vs. 52%), spraakberichten versturen (65% vs. 49%), online huiswerk maken (57% vs. 51%), berichten posten (22% vs. 15%) en online shoppen (15% vs. 8%) komen vaker voor bij meisjes.

Jongens rapporteren dan weer vaker activiteiten die meer gericht zijn op entertainment en gaming. Zo spelen zij vaker digitale spellen (90% vs. 58%), telefoneren ze iets vaker (76% vs. 69%), en kijken ze vaker lange video's op sociale media (67% vs. 52%) en livestreams (47% vs. 36%). Ook doen ze vaker in-game aankopen (9% vs. 4%) en bekijken ze vaker nieuws (44% vs. 39%).

Ook deprivatie speelt een rol. Zowel bij kinderen, tieners als jongeren rapporteren deelnemers met een **lage deprivatie** gemiddeld **meer media-activiteiten** per week dan leeftijdsgenoten met een hoge deprivatie.



Grafiek 14: Verschillen in aantal wekelijkse media-activiteiten bij tieners en jongeren, uitgesplitst per graad, geslacht en deprivatiescore (N= 3922)

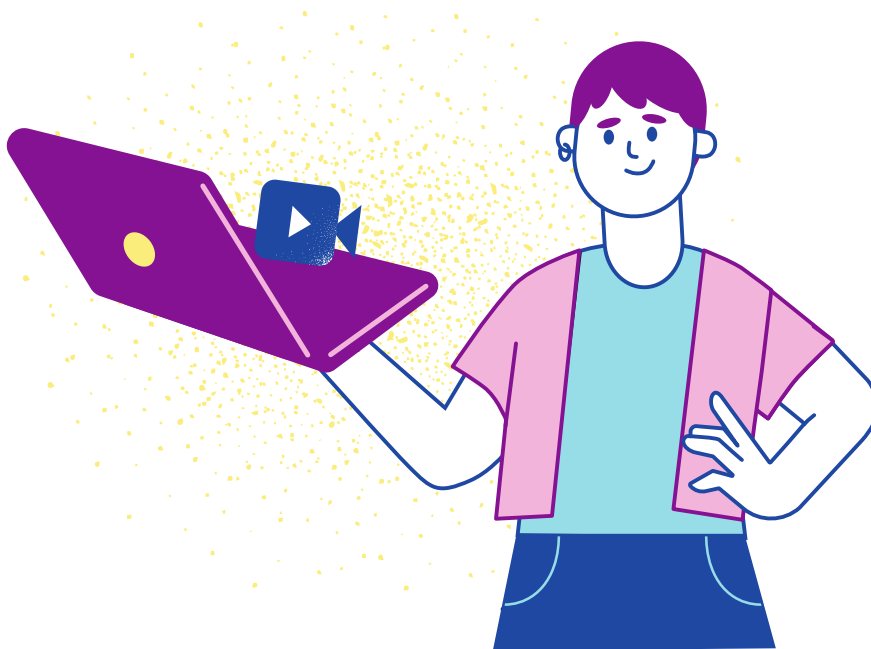
WAAR KIJKEN ZE PRECIES NAAR?

Filmpjes kijken is, al zolang als we het Apenstaartjaren-onderzoek uitvoeren, één van de populairste media-activiteiten bij kinderen, tieners en jongeren. Om beter te begrijpen welke filmpjes ze precies bekijken, maken we net zoals in het vorige rapport een onderscheid tussen **long-form** en **short-form content**.

Onder *long-form* content verstaan we **films, series of programma's**²³. Het gaat hier meestal om gecensureerde content, gemaakt door productiehuisen in opdracht van zenders (zoals VTM GO of Ketnet) of streamingdiensten (zoals Netflix of Disney+). Ongeveer **zes op tien kinderen** kijkt naar films, series of programma's. Bij tieners en jongeren maken we een verdere opsplitsing tussen films enerzijds en series en programma's anderzijds. Daaruit blijkt dat ze vaker **series en programma's kijken dan films**, en dat series en programma's

bij jongeren nog iets belangrijker zijn dan bij tieners. Daarnaast zijn **langere video's op sociale media zoals YouTube**²⁴ een belangrijke activiteit: ongeveer **zes op tien kinderen, tieners en jongeren** geeft aan dat ze die bekijken.

Onder *short-form* content verstaan we het kijken naar **korte filmpjes**, zoals op YouTube (Kids) of sociale media. Net als in de vorige editie neemt de populariteit hiervan toe met de leeftijd. Waar bij kinderen **bijna de helft** korte filmpjes kijkt, stijgt dit aandeel bij tieners naar 73% die **minstens wekelijks kijkt**. Bij jongeren kijkt zelfs tot **meer dan negen op tien wekelijks naar korte filmpjes**. Zoals we verder in dit hoofdstuk zullen zien, hangt dat ook samen met de groeiende populariteit van platformen waarop dit soort content centraal staat, zoals **Instagram en TikTok**.



²³ Het is de eerste keer dat we dit type (langere video's op sociale media) van long-form content bevroegen in Apenstaartjaren.

²⁴ Let op: bij kinderen gaat het niet om minstens wekelijks gebruik, bij tieners en jongeren wel.

MAKEN, DELEN OF VOORAL KIJKEN?

Aangezien bijna alle tablets en smartphones minstens twee camera's hebben, zijn we ook benieuwd in welke mate de kinderen, tieners en jongeren **zelf foto's en video's maken**. Dat cijfer ligt met **vier op de tien kinderen en tieners** en 75% van de **jongeren** zeer hoog, vooral **meisjes** geven aan dat ze dat doen.

Betekent dit dan ook dat tieners en jongeren massaal foto's en video's van zichzelf **delen op sociale media**? Nee: voor slechts 14% van de tieners en 20% van de jongeren is het posten van berichten, foto's of video's op hun **feed** een wekelijkse activiteit.

Net als in de vorige editie zien we dat **sociale media** vooral **passief gebruikt** worden: content bekijken is veel belangrijker dan zelf iets posten. Al is er een duidelijk verschil tussen tieners en jongeren. Zo bekijkt ongeveer de helft van de tieners en negen op tien jongeren wekelijks berichten, foto's of video's. Actief deelnemen ligt lager, vooral bij tieners: slechts 37% van hen plaatst wekelijks een reactie, liket of stuurt een bericht door, terwijl dit bij jongeren oploopt tot ongeveer acht op tien. Opnieuw geven meisjes vaker dan jongens aan dat ze een post op sociale media liken of doorsturen.

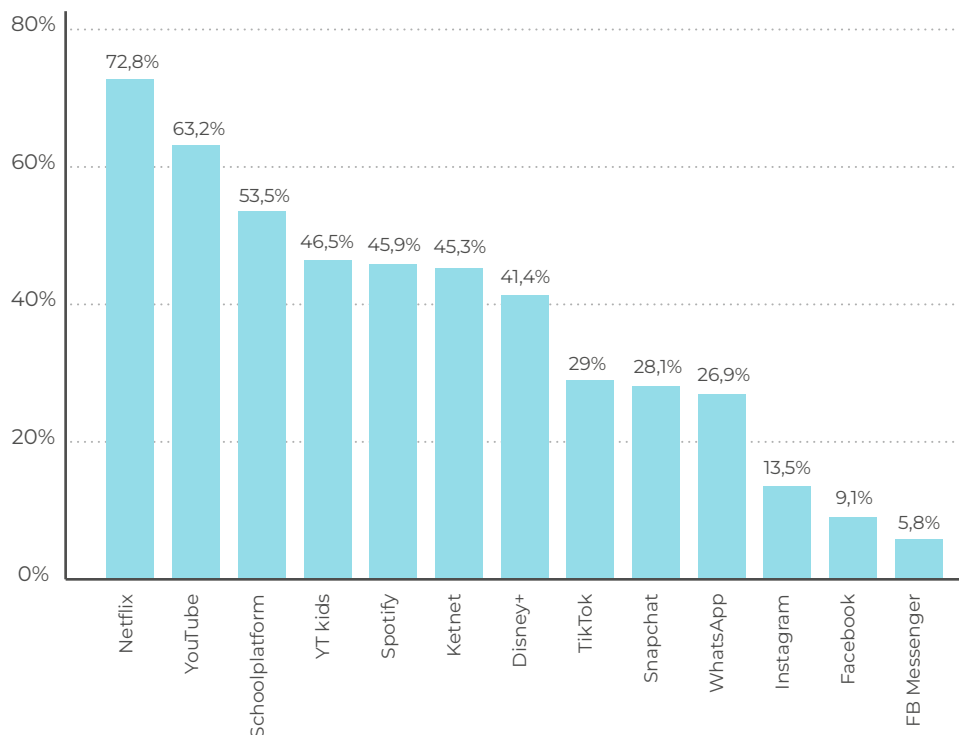
Volgens dezelfde logica zien we dat **één-op-één communicatie**, zoals chatten, telefoneren of spraakberichten, belangrijker is dan **één-op-veel communicatie**, waarbij er content gepost en verspreid wordt naar een veel ruimer publiek. Ook hier zien we, in lijn met het grotere belang van communicatie bij jongeren, dat deze percentages steeds hoger zijn bij jongeren dan bij tieners. Dat wijst erop dat hun digitale netwerk groter wordt en dat ze er ook actiever mee in interactie gaan.

Van wie zien jongeren zoal posts op sociale media? 84% van de sociale mediagebruikers geeft aan dat ze berichten zien van **vrienden, familie of kennissen** die ze ook offline kennen. Tegelijk zegt 81% dat ze **posts van influencers of content creators tegenkomen**. Voor **zeven op tien** gaat het om berichten van **bekende personen**, terwijl **21%** aangeeft posts te zien van **politici of politieke partijen**.

Bij tieners en jongeren uit het **buitengewoon onderwijs** zien we dat **muziek luisteren** (89% minstens wekelijks) en een **game of digitaal spelletje spelen** (72% minstens wekelijks) de belangrijkste media-activiteiten zijn. Als we bekijken waar ze het liefst wekelijks naar kijken dan zien we dat 80% korte filmpjes op sociale media bekijkt, gevolgd door 65% die series of programma's kijkt en 64% lange video's via sociale media. Films kijken (49%) en livestreams (46%) is net iets minder populair.

De manier van communiceren is bij deze tieners en jongeren vooral in de vorm van chatten. Want 82% chat minstens wekelijks en 73% doet dit zelfs dagelijks. Telefoneren is ook nog steeds een geliefde manier van communiceren (70% doet dit wekelijks) dit in vergelijking met 54% die videobelt. Ook bij deze groep zien we dat tieners en jongeren vaker posts op sociale media bekijken (70% wekelijks) of liken (57% wekelijks) in plaats van zelf actief deelnemen aan sociale media activiteiten zoals posten (31% wekelijks). Wekelijks online huiswerk maken scoort bij hen logischerwijze zeer laag (15% wekelijks), omdat ze minder huiswerk hebben.

APPS, GEEN GROTE VERSCHUIVINGEN



Grafiek 15: Appgebruik bij kinderen (N= 1609)

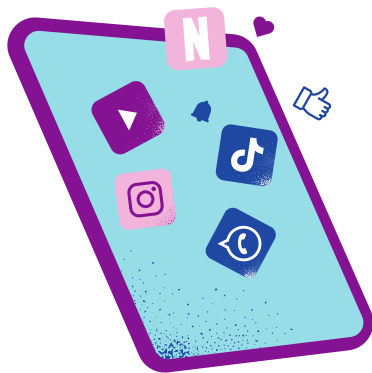
Als we kijken naar de apps en websites die **kinderen** gebruiken, zien we duidelijke koplopers: **Netflix (73%)**, **YouTube (63%)** en de **digitale leeromgeving van de school (54%)**. Deze eerste twee apps en websites sluiten mooi aan bij hun belangrijkste media-activiteiten: lange video's kijken en films, series of programma's volgen. Ook **Ketnet** en **Disney+** staan daarom hoog in de lijst.

Sociale media spelen bij kinderen een beperkte rol. Platformen zoals **TikTok (29%)**, **Snapchat (28%)**, **WhatsApp (27%)** en **Instagram (14%)** komen wel voor, maar blijven duidelijk achter op de video- en streamingplatformen.



Bij **tieners** zien we een **overgangsfase**. Hun mediagebruik lijkt nog sterk op dat van kinderen: filmpjes kijken, games spelen en muziek luisteren blijven belangrijke activiteiten. Daarom gebruiken ze nog massaal platformen zoals **YouTube**, **Spotify** en **internationale streamingdiensten**. Tegelijk zetten ze hun **eerste stappen op sociale media**. Zo stuurt bijna de helft van de tieners minstens wekelijks tekst- of chatberichten via **WhatsApp**, en ruim 3 op 10 bekijkt elke week al eens berichten, foto's of video's op platformen zoals **Snapchat** of **TikTok**.

"Ik gebruik WhatsApp voor mijn moeder en vader."
(Ibrahim, 12 jaar, kinderwerking)



Bij **jongeren** verschuift het mediagebruik duidelijk richting **online interactie**. Dat zien we ook terug in de populairste apps. **Snapchat** staat bovenaan, met bijna negen op tien wekelijkse gebruikers, gevolgd door **WhatsApp** en **Snapchat DM**. Dat betekent niet dat andere activiteiten verdwijnen. Filmpjes kijken en muziek luisteren blijven belangrijk: meer dan zeven op tien **jongeren** gebruikt wekelijks **YouTube** of **Spotify**, en iets meer dan de helft kijkt ook films, series of programma's via internationale streamingplatformen zoals **Netflix** of **Disney+**.

	Tieners	Jongeren
Snapchat	38,4%	87,5%
WhatsApp	45,5%	83,6%
TikTok	31,2%	82,0%
Snapchat DM	31,6%	78,1%
Instagram	10,6%	66,2%
TikTok DM	16,1%	56,6%
Instagram DM	3,5%	33,8%
Pinterest	14,4%	29,5%
Instagram Threads	5,5%	20,6%
Facetime	19,1%	20,6%
Discord	7,4%	15,2%
Facebook	3,7%	13,9%
Strava	1,2%	11,6%
Facebook Messenger	4,7%	10,1%
X/Twitter	1,4%	7,6%
Reddit	0,7%	5,1%
BeReal	2,2%	4,4%
Telegram	1,0%	3,1%
YouTube	85,1%	79,5%
Spotify	56,9%	77,8%
Internationale videoplatformen	48,4%	55,9%
Vlaamse videoplatformen	37,3%	35,1%
Twitch	6,2%	10,6%
Ketnet (Junior)	21,7%	2,3%

Tabel 5: Wekelijks appgebruik bij tieners (Nmin=841) en jongeren (Nmin=3012)²⁵

²⁵ In de vragenlijst maakten we een onderscheid naargelang gebruik: We vroegen eerst: 'hoe vaak gebruik je volgende sociale media?' Nadien 'hoe vaak stuur je berichten of bel je via volgende apps en websites?', en nadien: 'welke streamingplatformen gebruik je wekelijks of dagelijks?'

DIGITALE PUBERTEIT

We zagen het hierboven al: de derde graad lager onderwijs is de **scharnierleeftijd** op het vlak van media-activiteiten en appgebruik. Het mediagebruik van tieners is nog niet helemaal hetzelfde als dat van jongeren, maar het lijkt ook niet meer echt op dat van kinderen. Bij die scharnierleeftijd zien we vooral grote verschillen tussen de tieners onderling, met een grote groep tieners **zonder smartphone** of sociale mediagebruik, en een grote groep die al volop met sociale media aan de slag gaat op een eigen **geconnecteerde smartphone**.

Tieners zijn in elk geval **online socialer dan kinderen**. Minstens de helft van de tieners chat wekelijks via WhatsApp of bekijkt berichten en video's op Snapchat en TikTok. In de lagere graden van het lager onderwijs ligt dat aandeel een stuk lager: daar gebruikt ongeveer een kwart van de kinderen deze apps.

Toch zien we - net als in 2024 - dat **tieners een groot aantal apps nog niet (frequent) gebruiken** - of toch niet zoals de jongeren. Waar ongeveer één op tien tieners wekelijks **Instagram** gebruikt, is dat bij jongeren ongeveer twee op drie. Ongeveer één op drie van de tieners gebruikt **TikTok**, tegenover meer dan acht op tien jongeren. Net als in de vorige editie wint ook **Snapchat** aan belang: bijna vier op tien tieners gebruikt het wekelijks en bijna negen op tien jongeren. Drie op vier jongeren gebruikt het zelfs dagelijks.

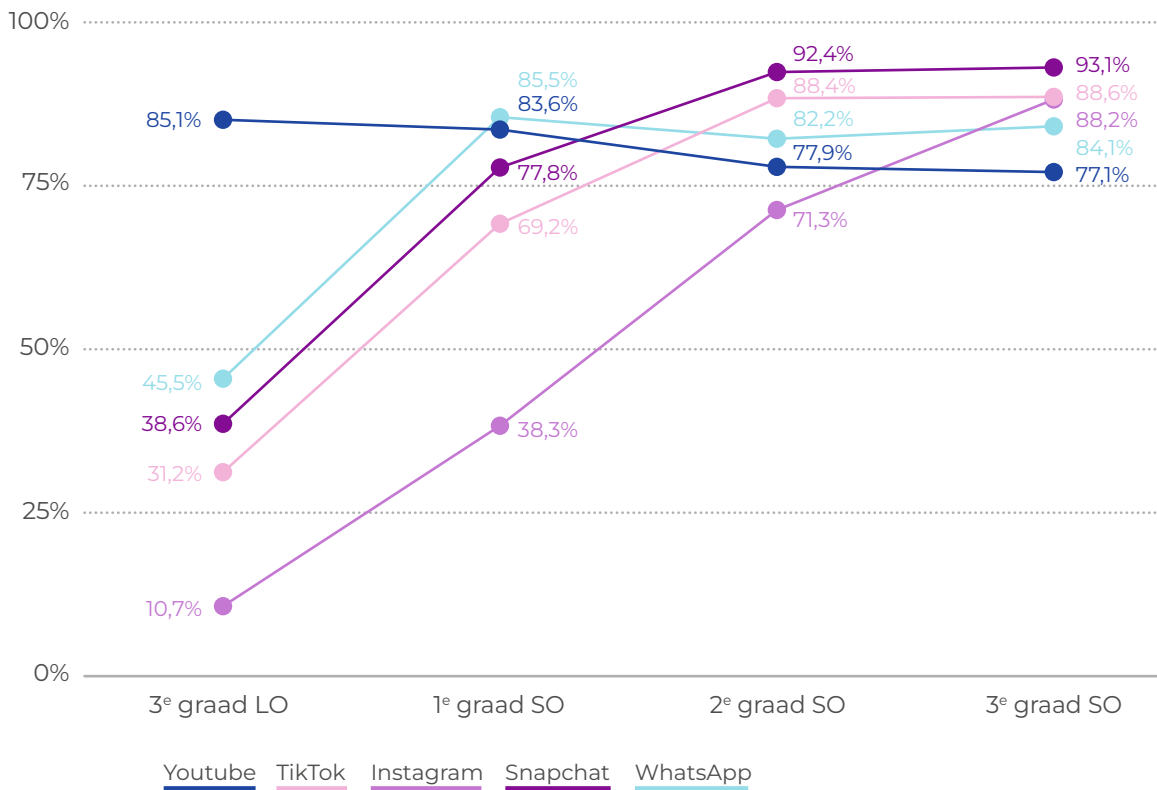
Van waar komt dat verschil?

- Sowieso speelt het een rol dat tieners daar gewoon nog niet evenveel mee bezig zijn als jongeren en dat niet evenveel tieners als jongeren een eigen volledig geconnecteerde smartphone hebben.
- We leerden in 2024 al van tieners dat TikTok net iets strenger de minimumleeftijd controleert, dan enkele andere platformen. Daarnaast kijken ze ook vaker naar YouTube - daar vinden ze ook de populaire filmpjes van op TikTok en Snapchat. "Zo missen ze niets" - aldus Leonard (11 jaar).
- Tieners gaan in vergelijking met vier jaar geleden op zoek naar alternatieven voor sociaal contact. We zien dat WhatsApp gestegen is, maar horen ook in de klasgesprekken dat tieners s'avonds na schooltijd met elkaar in gesprek gaan via videoplatformen of de chatfunctie in games.
- We zien (cfr. Mediaopvoeding thuis en op school) dat er bij tieners thuis meer afspraken en regels gelden dan bij de jongeren, wat ook een impact kan hebben op het wekelijkse app-gebruik van de tieners.

Het blijft opmerkelijk dat ondanks de maatschappelijke discussie en de groeiende regelgeving²⁶ een best grote groep -13-jarigen actief kan blijven op sociale media die volgens hun eigen voorwaarden -13-jarigen niet toelaten om accounts te maken en zonder expliciete toestemming van ouders geen data van -13-jarigen mogen verzamelen.



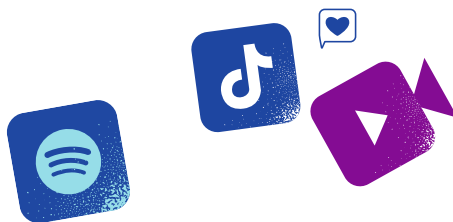
²⁶ B.v. de invoering van nieuwe regelgeving zoals de Europese Digitale Services Act, waarin grote platformen extra voorwaarden opgelegd krijgen in het kader van de bescherming van minderjarige gebruikers (onder andere art. 34 en 35) en nieuwe regulatoren aangeduid werden.



Grafiek 16: Tijdslijn van minstens wekelijks gebruik voor de belangrijkste apps, uitgesplitst over tieners (Nmin=852) en jongeren per graad (Nmin=3012)

Ondertussen blijven **filmpjes kijken en muziek** luisteren erg belangrijk in deze fase van de digitale puberteit. Daar besteden **tieners** een groot deel van hun schermtijd aan. Dat zien we ook terug in de populariteit van **YouTube**, dat tieners bijzonder vaak gebruiken (85% wekelijks). Ook bij jongeren scoort YouTube nog steeds hoog, al daalt het aandeel daar lichtjes naarmate ze in de hogere graden van het secundair onderwijs zitten (77% wekelijks).

Daarnaast zien we nog een aantal duidelijke verschuivingen wanneer tieners de overstap maken naar het secundair onderwijs. Het wekelijkse gebruik van **Ketnet** daalt sterk, terwijl **Spotify** en internationale videoplatformen zoals **Netflix** duidelijk aan populariteit winnen tussen de derde graad lager en de tweede graad secundair onderwijs. Vlaamse videoplatformen stijgen minder: het wekelijkse gebruik blijft zowel bij tieners als jongeren rond **ongeveer één op drie** schommelen.



AI VEROVERT DE JONGEREN! OF NIET HELEMAAL?

Net als in de **imec.digimeter 2025** en de vorige editie van **Apenstaartjaren** zien we dat generatieve AI-toepassingen zich razendsnel verspreiden bij tieners en jongeren. Nieuwsgierig en experimenterend gebruiken ze die steeds vaker als een **nieuwe zoekmachine**.

In 2024 gaf 66% van de tieners en jongeren aan al eens AI-toepassingen te gebruiken. Nog eens 13% wist het niet helemaal zeker, wat toonde hoe moeilijk ze het toen soms al vonden om AI-toepassingen duidelijk te herkennen.

In de huidige bevraging zien we dat **45% van de tieners**

wekelijks minstens één AI-toepassing gebruikt.²⁷ Voor een ander deel blijft het AI-gebruik eerder sporadisch: 22% gebruikt AI slechts af en toe.

Bij **jongeren** ligt het gebruik duidelijk hoger. **77% van de jongeren** geeft aan minstens één van de opgelijste AI-toepassingen wekelijks of dagelijks te gebruiken. **17% doet dit slechts af en toe**. Dit komt overeen met de meest recente imec.digimeter (2025). Volgens die cijfers heeft **9 op de 10 jongvolwassenen tussen 18 en 24 jaar** ooit generatieve AI gebruikt. Net als bij veel andere digitale toepassingen zien we dus dat het gebruik **toeneemt met de graad**.

	Tieners	Jongeren
Nooit	32,8%	5,9%
Maar af en toe, niet wekelijks	22,2%	16,6%
Minstens wekelijks	45,0 %	77,5%

Tabel 6: AI gebruik bij tieners (N = 830) en jongeren (N = 3025)

De toepassingen waarvoor tieners en jongeren AI gebruiken, verschillen ook per leeftijd. Bij beide groepen staan **vragen stellen, inspiratie zoeken en nieuwe ideeën opdoen** bovenaan. Maar bij tieners zien we dat AI vaak ook een **speelse of creatieve rol** speelt. Ze gebruiken AI bijvoorbeeld om beelden te genereren, kleurplaten te maken op basis van foto's, te chatten

met een virtuele vriend of om grappige resultaten te creëren. Zo vertelt Liam (7 jaar, leefgroep) dat hij soms ChatGPT gebruikt voor zijn nieuwjaarsbrieven:

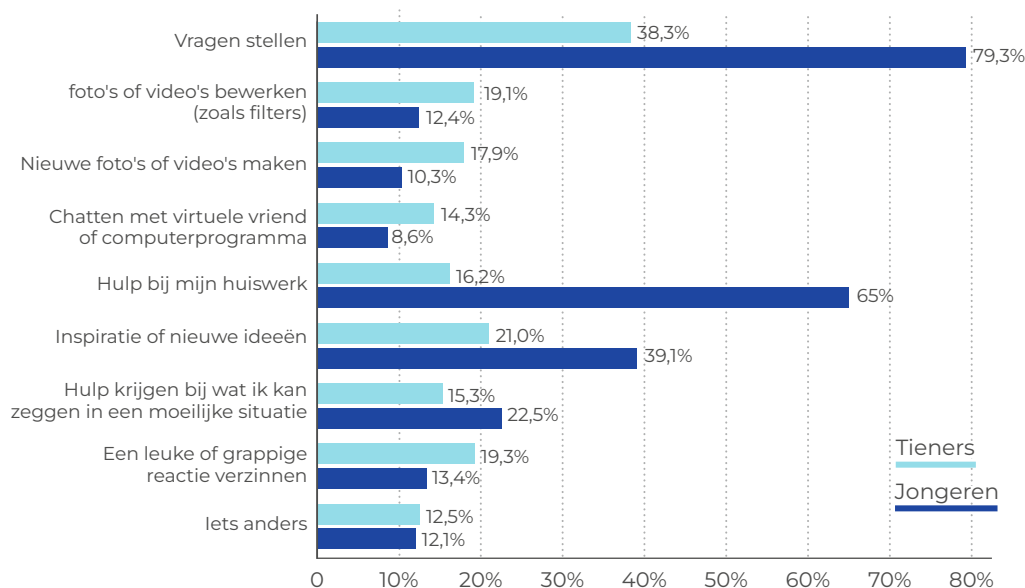
"Ik heb mijn nieuwjaarsbrieven daarmee geschreven. De tekst vond ik wel goed."

²⁷ De vraag werd als volgt geformuleerd: 'Welke AI-toepassingen gebruik je wekelijks of dagelijks?' Respondenten kregen een lijst van 13 toepassingen, waaronder Character AI en ChatGPT, en konden daarnaast via een 'andere'-categorie bijkomende toepassingen vermelden. Daarnaast konden zij aangeven 'Ik gebruik maar af en toe AI, niet wekelijks' of 'Ik gebruik nooit AI'.

Respondenten die aangaven minstens één van deze toepassingen wekelijks of dagelijks te gebruiken, worden beschouwd als wekelijkse gebruikers.

Bij **jongeren** speelt AI vaker een **instrumentele rol**. Vooral **hulp bij schoolwerk** komt hier sterk naar voren: **65% van de jongeren** die AI gebruikt, zet het hiervoor minstens wekelijks in²⁸. Bij tieners ligt dat aandeel veel lager (**16%**). Ook in gesprekken met jongeren kwam duidelijk aan bod dat ze tools zoals ChatGPT vaak gebruiken als hulpmiddel bij opdrachten of studiewerk, vooral als ze snel iets willen kunnen vinden of iets niet begrijpen. Zo vertelt Faas (18 jaar, dubbele finaliteit)

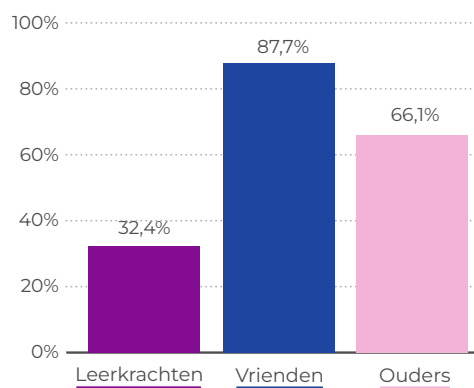
dat hij AI als zoekmachine gebruikt wanneer “*ik iets niet met een klik kan vinden*”. En Julie (16 jaar, dubbele finaliteit) bekende dat zij wel eens toetsen gemaakt had met AI erbij via haar telefoon. Dit gebeurde wel “*stiekem natuurlijk*”. Zoals het voorbeeld van Julie bevestigt, vertellen bijna 7 op 10 jongeren die minstens wekelijks AI gebruiken voor hun huiswerk, niet aan hun leerkrachten dat ze dat deden voor een opdracht (5% vertelt het wel en 26% zegt dit soms).



Grafiek 17: Minstens wekelijks AI gebruik voor activiteiten, volgens tieners (Nmin=377) en jongeren (Nmin=2328) die minstens één AI-toepassing wekelijks gebruiken

Toch ervaren jongeren ook dat Gen AI hen niet altijd helpt ...

Dries (17 jaar, dubbele finaliteit) stelt dat hij “*wel dommer wordt door AI te gebruiken, maar uiteindelijk maak je AI dan wel slimmer*.” Ook Amalya (16 jaar, dubbele finaliteit) beaamde dat ze haar “*hoofd veel minder gebruikt*” sinds ze begon met AI toepassingen. En Paul (21 jaar, buitengewoon onderwijs) hoopte dat ChatGPT hem kon helpen om het probleem van zijn motor op te lossen, maar “*uiteindelijk was er iets heel anders aan de hand dan wat ChatGPT mij vertelde*.”



Grafiek 18: Aan wie vertel je (soms) of je AI gebruikt hebt voor een opdracht, ingevuld jongeren die minstens één AI-toepassing wekelijks gebruiken (N=2350)

²⁸ Leerlingen uit de A-stroom, doorstroomfinaliteit en dubbele finaliteit gebruiken AI vaker voor huiswerk dan leerlingen uit de B-stroom en arbeidsmarktfinaliteit.

ChatGPT en Snapchat AI zijn bij zowel tieners als jongeren de belangrijkste AI-toepassingen. Jongeren gebruiken veel vaker wekelijks **ChatGPT** dan tieners. Bij jongeren verschijnt ook **Copilot** in de top vijf, wat opnieuw wijst op een meer informatieve of studiegerichte inzet van AI.

45% van de **tiensers** geeft aan minstens wekelijks gebruik te maken van AI-toepassingen. De top 5 meest gebruikte AI-toepassingen die ze minstens wekelijks gebruiken, zijn:

tiensers

- 1 ChatGPT: 33%
- 2 Snapchat AI (My AI): 18%
- 3 Gemini: 6%
- 4 Canva AI: 5%
- 5 Meta AI²⁹: 4%



De groep minstens wekelijkse AI-gebruikers is groter bij de **jongeren**, 77%. De top 5 meest gebruikte AI-toepassingen, die ze minstens wekelijks gebruiken, zijn:

jongeren

- 1 ChatGPT: 73%
- 2 Snapchat AI (My AI): 18%
- 3 Copilot: 12%
- 4 Gemini: 12%
- 5 Meta AI: 5%

Bij de **jongeren uit het buitengewoon onderwijs** ligt het gebruik lager. 35% van de jongeren geeft aan minstens één van de AI-toepassingen wekelijks of dagelijks te gebruiken. 27% van deze groep geeft wel aan dat zij nog nooit AI hebben gebruikt terwijl 8% dit minder dan wekelijks gebruikt.

Bij de jongeren uit het buitengewoon onderwijs zien we dat ze ongeveer dezelfde verdeling aan meest gebruikte AI-toepassingen gebruiken. Enkel Copilot is verdwenen uit de lijst en Canva AI speelt een belangrijkere rol voor hen.

jongeren uit het buitengewoon onderwijs

- 1 ChatGPT: 51%
- 2 Snapchat AI (My AI): 23%
- 3 Gemini: 11%
- 4 Meta AI: 8%
- 5 Canva AI: 3%

Niet iedereen gebruikt AI even vaak en graag. Wanneer we kijken naar tieners en jongeren die **weinig of geen AI gebruiken**, komen een aantal **redenen** telkens terug. De belangrijkste zijn dat ze:

- **het niet nodig vinden,**
- **de antwoorden niet vertrouwen,**
- vinden dat AI **mensen lui maakt en ervoor zorgt dat ze minder zelf nadenken.**

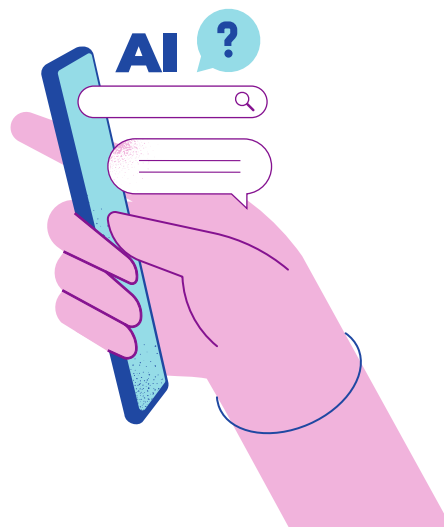
Opvallend is wel dat 27% van de tieners die weinig of geen AI gebruiken aangeeft dat dit komt omdat ze **niet goed weten hoe het werkt**. Bij jongeren ligt dat veel lager (8%). Ook het feit dat ze **geen AI-toepassingen kennen** speelt bij tieners vaker een rol. Dat wijst erop dat kennis over AI bij jongere leeftijdsgroepen minder vanzelfsprekend is³⁰.

Toch geven veel **jongeren** aan dat ze **AI-toepassingen goed herkennen**. Meer dan 80% zegt een door AI gemaakte afbeelding te kunnen herkennen, en 73% zegt dat ze kunnen inschatten of ze met een echte persoon of met een computer (AI) chatten. Al zijn niet alle jongeren hier even goed in.

Jongeren met een **lage deprivatie** duiden vaker dan jongeren met een hogere deprivatie aan dat ze die zaken kunnen herkennen. Zo zegt bijvoorbeeld 78% van de jongeren met een lage deprivatie dat ze herkennen dat ze met een echt persoon of een computer aan het chatten zijn t.o.v. 54% met een hoge deprivatie. Jongeren uit de A-stroom en doorstroom- of dubbele finaliteit denken vaker dat ze dit kunnen dan jongeren uit de B-stroom en arbeidsmarktfinaliteit.

	Tieners	Jongeren
Ik weet niet hoe het werkt	26,6%	8,4%
Ik ken geen AI-toepassingen	18,8%	4,0%
Ik heb het niet nodig	69,9%	50,1%
Ik vind het niet nuttig	34,9%	23,3%
Het werkt niet goed	9,2%	9,9%
Ik vertrouw de antwoorden niet	47,3%	29,8%
Ik mag het niet gebruiken van mijn school	9,2%	15,9%
Ik mag het niet gebruiken van mijn ouders	15,4%	5,8%
Het maakt mensen lui en zorgt ervoor dat ze zelf niet meer nadenken	39,0%	32,9%
Het is slecht voor het milieu en klimaat	17,6%	19,5%
Het is gevaarlijk	26,3%	11,8%
Andere reden	13,7%	15,3%

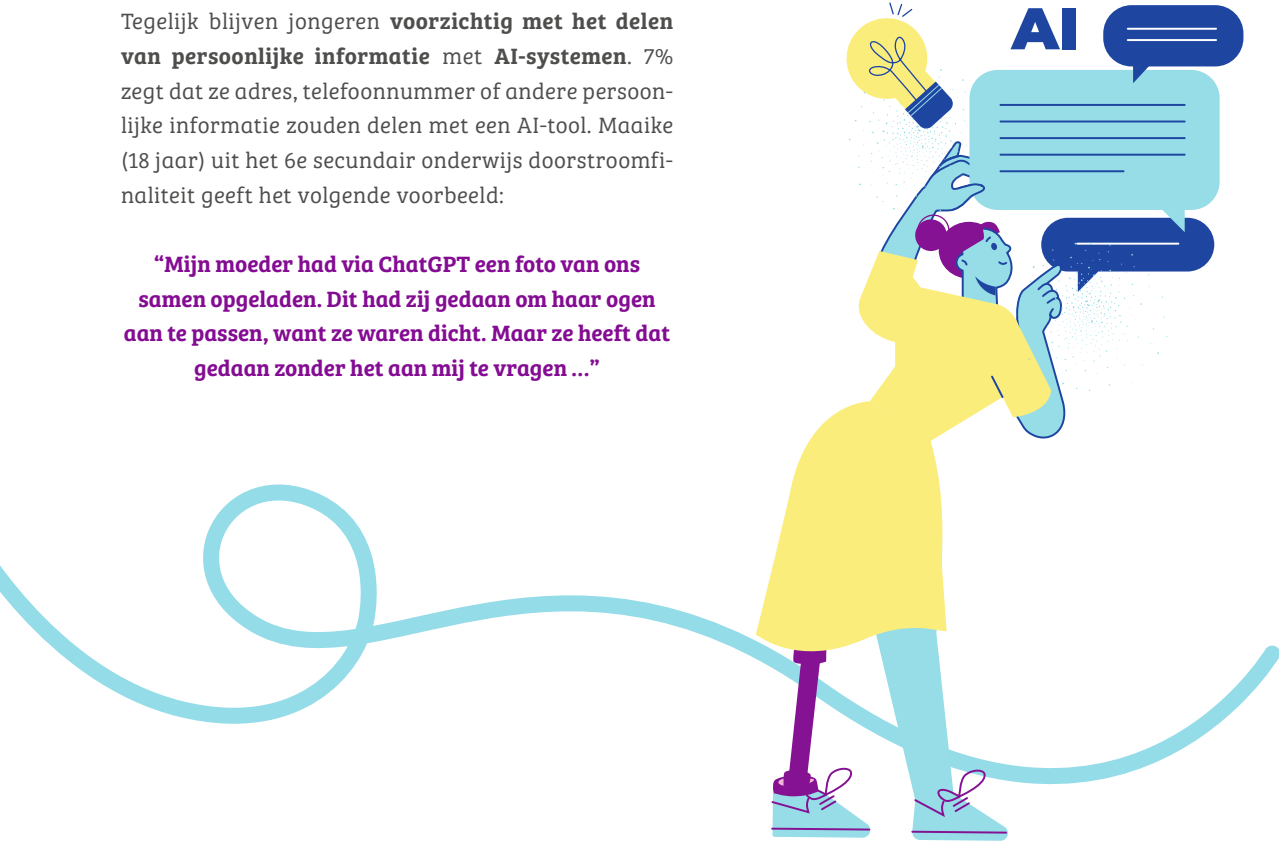
Tabel 7: Redenen om AI-toepassingen weinig of niet te gebruiken, volgens tieners (N=441) en jongeren (N=661) die AI weinig of niet gebruiken



³⁰ Vragen over AI kenden bij tieners ook een groter aantal ontbrekende antwoorden. Concreet zien we dat deze vraag iets vaker werd overgeslagen door tieners, al ging dit nog steeds over een zeer klein percentage. Mogelijk vonden tieners deze vragen moeilijker of is het nog onduidelijk voor hen wat AI is. Maar in het algemeen en in lijn met andere bevindingen is het duidelijk nog minder ingeburgerd in deze leeftijdscategorie.

Tegelijk blijven jongeren **voorzichtig met het delen van persoonlijke informatie** met **AI-systemen**. 7% zegt dat ze adres, telefoonnummer of andere persoonlijke informatie zouden delen met een AI-tool. Maaïke (18 jaar) uit het 6e secundair onderwijs doorstroomfinaliteit geeft het volgende voorbeeld:

“Mijn moeder had via ChatGPT een foto van ons samen opgeladen. Dit had zij gedaan om haar ogen aan te passen, want ze waren dicht. Maar ze heeft dat gedaan zonder het aan mij te vragen ...”

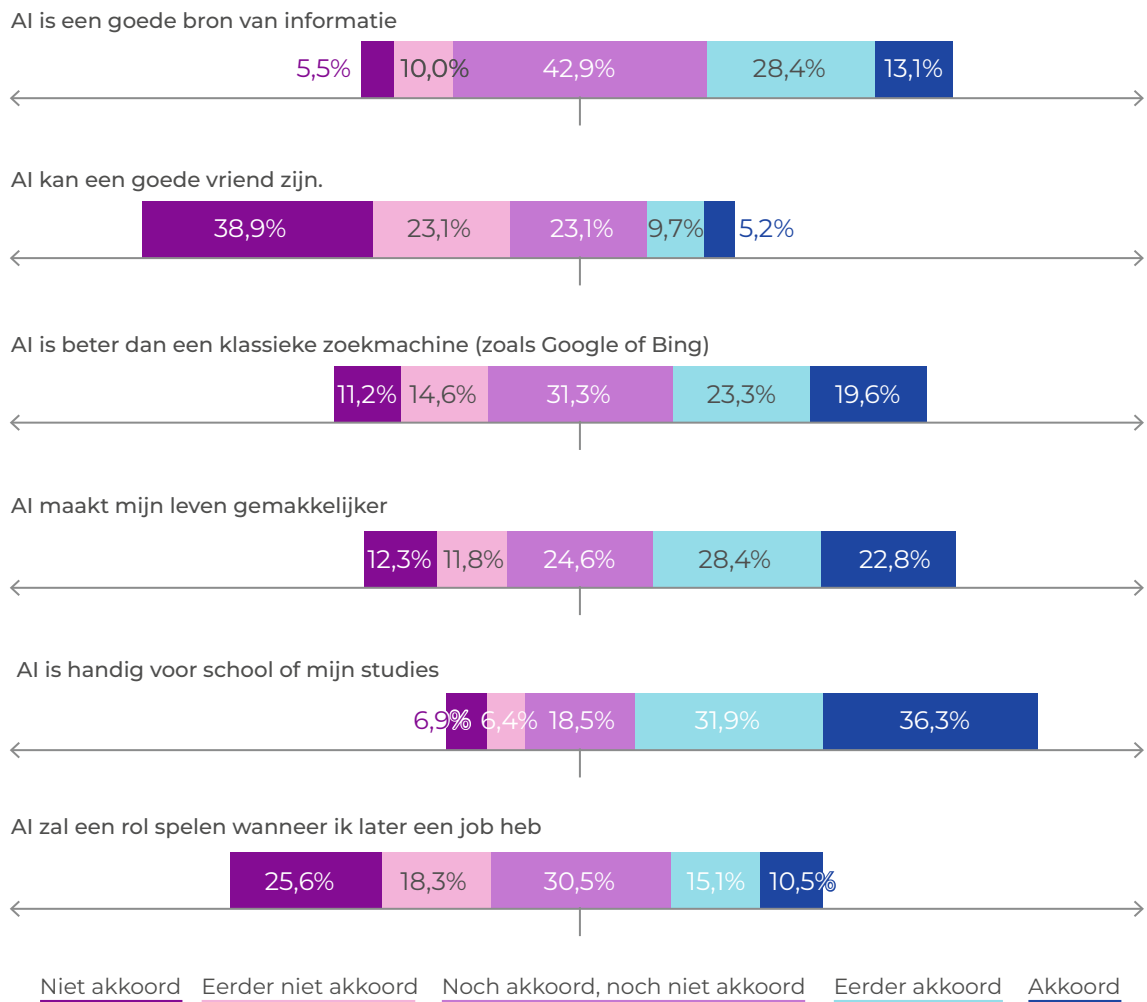


Ik herken of ik aan het chatten ben met een echt persoon of met een computer (AI).	72,5
Ik herken of een tekst geschreven is door een computer (AI).	53,6
Ik herken of een afbeelding of foto nep is of gemaakt is door AI.	82,4
Ik heb al gemerkt dat een AI-tool me probeerde te misleiden om persoonlijke informatie over mezelf te delen.	17,5
Ik zou mijn adres, telefoonnummer of andere persoonlijke info delen met een AI-tool.	6,5
Ik voel me veilig als algoritmes beslissen wat ik te zien krijg op het internet (zoals op sociale media of YouTube).	19,2
Ik herken geen van bovenstaande dingen	7,4

Tabel 8: AI-veiligheid: Kunnen jongeren AI-toepassingen herkennen? en wat delen ze? (N=3040), ook beantwoord door jongeren die geen AI gebruiken

Over het algemeen zijn jongeren **vrij enthousiast over de rol van AI**, zeker de wekelijkse AI-gebruikers. Vooral voor school of studies (68%), informatie zoeken (42%) en algemeen gebruik als zoekmachine (43%) zien ze duidelijke voordelen. Ongeveer de helft (51%) vindt dat AI het leven gemakkelijker maakt.

Op sociaal vlak zijn minder jongeren overtuigd: 15% vindt dat AI een goede vriend kan zijn. Slechts 1 op 3 jongeren wil meer leren over hoe AI werkt en welke risico's eraan verbonden zijn (tegelijk gaf 38% aan hier niets meer over te willen leren en 32% weet het niet).



Grafiek 19: Antwoorden van jongeren (Nmin=3056) op stellingen over AI, ook beantwoord door jongeren die geen AI gebruiken

Games

Kinderen spelen vooral spelletjes op de tablet (74%), wat vaak hun eigen toestel is. 57% geeft aan dat ze soms spelletjes spelen via de spelconsole. 4 op 10 speelt spelletjes via de computer, en nog eens 4 op 10 via de smartphone. Bij kinderen zijn de populairste games **Roblox** (62%) en **Minecraft** (45%). In deze leeftijdsgroep spelen jongens een ruimere mix van games dan meisjes: jongens spelen gemiddeld 5,5 verschillende games tegenover 3,6 games bij de meisjes.

3 op 4 van de **tieners** en **jongeren** speelt minstens **wekelijks** een game of digitaal spelletje (5% doet het nooit). Dit aandeel wekelijkse gamers is hoger bij tieners (82%) dan bij de jongeren in het secundair onderwijs, waarbij het aandeel wekelijkse gamers ook daalt naarmate de leeftijd stijgt. In de eerste graad van het secundair onderwijs zegt 79% wekelijkse te gamen, terwijl dit in de derde graad daalt naar 66%. Hier heerst ook een sterk **genderverschil**: onder de tieners en jongeren geven meer jongens dan meisjes (90% vs 58%) aan wekelijkse te gamen.

Bij **tieners** en **jongeren die gamen** zijn de populairste games **Roblox** (51%) en **Fortnite** (35%). EA Sports FC staat op plaats 3 (29%).

De populariteit van gaming is ook van toepassing voor tieners en jongeren uit het buitengewoon onderwijs, daar geeft 72% aan dat zij minstens wekelijkse gamen terwijl slechts 10% aangeeft dit nooit te doen.

Jongens en meisjes gebruiken verschillende **toestellen** om te gamen. Terwijl 71% van de jongens maandelijks gamet op een spelconsole, is dat bij meisjes 36%. Meisjes spelen voornamelijk online spelletjes op hun smartphone (68% minstens maandelijks). Bij jongeren die een spelconsole gebruiken geeft 13% aan hun spelconsole intensief (meer dan drie uur per dag) te gebruiken tijdens een schooldag. Tijdens een vrije dag gebruiken ze een spelconsole vaker: 35% gebruikt het dan intensief.

Wanneer tieners en jongeren gamen doen ze dit voornamelijk met:

- Vrienden die ze in het echt kennen (73%)
- Alleen, zonder andere spelers (37%)
- Samen, met familie of gezin (35%)
- Samen, met mensen die ik NIET in het echt ken (21%)

We zien dat het aandeel wekelijkse gamende tieners en jongeren met een lage **deprivatie** duidelijk groter is (76%) dan bij diegenen met een hoge deprivatie (68%). Tegelijkertijd zien we wel dat tieners en jongeren met een hoge deprivatie die gamen meer tijd besteden aan een spelconsole, vooral op een schooldag³¹. Deze tieners en jongeren doen ook vaker aankopen in een game: 1 op 10 doet dit minstens wekelijkse, terwijl dit 6% is bij de tieners en jongeren met een lage deprivatie.



³¹ Tijdens een schooldag geeft 40% met een lage deprivatie aan meer dan een uur een spelconsole te gebruiken, terwijl dit bij een hoge deprivatie 47% is. Tijdens een vrije dag geeft 64% met een lage deprivatie aan meer dan een uur een spelconsole te gebruiken, terwijl dit bij een hoge deprivatie 68% is.

Mediaopvoeding thuis en op school

Mediaopvoeding gebeurt niet op één plek. Thuis en op school zien we andere accenten en afspraken, die naast elkaar bestaan. Locatiemonitoring en het smartphoneverbod zijn daarbij veelbesproken maatregelen. Hoe beleven jongeren dit zelf?



MEDIAOPVOEDING THUIS

Regels bij kinderen thuis: vooral over wanneer en hoelang

Afspraken bij **kinderen** thuis blijven zoals vorige keer vooral gaan over de **omstandigheden** van het schermgebruik. Hoelang mag een kind op een scherm? Wanneer mag dat? En soms ook: waar? Ongeveer de helft van de kinderen geeft aan dat er thuis regels zijn over schermtijd en 47% heeft afspraken over het moment van gebruik³². Over de **inhoud** van wat ze doen op een scherm, zoals welke filmpjes ze kijken, welke apps ze downloaden en welke games ze spelen, zijn er minder vaak afspraken. Van de net opgesomde regels, zegt steeds ongeveer één op drie kinderen dat ze daarover thuis regels hebben. Ouders sturen dus vaker aan op vlak van tijd en plaats, dan op wat kinderen precies doen online.

Uit de gesprekken met de kinderen blijkt bovendien dat die afspraken niet altijd even strikt of duidelijk zijn. Veel kinderen geven wel aan dat ze zich aan de regels houden. Niet altijd uit overtuiging, maar vaak omdat ze weinig ruimte hebben om ervan af te wijken. Zo kennen ze bijvoorbeeld de code niet om de schermtijd aan te passen. Dezelfde gesprekken leren ons dat er nog steeds een groot verschil is tussen wat ouders denken dat ze afgesproken hebben met hun kinderen en wat kinderen daadwerkelijk doen op hun schermen.

"Ik mag eigenlijk niet op YouTube van mijn mama, maar soms doe ik dat gewoon stiekem."

(Andrea, 7 jaar)

Die spanning zien we ook terug in de cijfers. In dit onderzoek geeft 17% van de kinderen aan dat er thuis geen regels zijn. Dat ligt duidelijk hoger dan wat ouders zelf rapporteren (3%) in de vorige MediaNest cijfers (2025). Waar dat verschil precies vandaan komt, is niet eenduidig te verklaren. Mogelijk worden regels minder expliciet benoemd naar kinderen toe, of herkennen kinderen ze minder snel als 'regels'.

Het aantal kinderen met een hoge deprivatie die aangeven dat er minder of zelfs geen regels zijn thuis, ligt hoger tov kinderen met een lage deprivatie: 1 op 4.

Van tiener naar jongere: geleidelijk loslaten

De derde graad van het lager onderwijs is de leeftijd waarop thuis de meeste afspraken gelden. Maar liefst 92% van de **tieners** geeft aan dat ze regels hebben over hun mediagebruik³³. Dat is niet toevallig: in deze fase, de **digitale puberteit**, neemt het mediagebruik sterk toe. Tieners gebruiken meer toestellen, spenderen er veel tijd aan en krijgen vaak voor het eerst een eigen smartphone met internettoegang.

Ouders spelen daar zichtbaar op in. Naast afspraken over **schermtijd** (57%) en over wanneer ze schermen mogen gebruiken (60%), zijn er ook steeds vaker regels over de inhoud. Het gaat dan bijvoorbeeld over welke apps tieners mogen downloaden (53%), welke games ze spelen (43%) en wat ze online mogen bekijken (43%). Omdat tieners ook hun **eerste stappen zetten op sociale media**, komen daar vaker afspraken bij over online interactie. Zo zijn er voor bijna de helft van de tieners regels over met wie ze online praten (43%), met wie ze bevriend mogen zijn (38%) en wat ze over zichzelf of anderen delen (39%).

Wanneer **jongeren** naar het secundair onderwijs gaan, **neemt het aantal afspraken geleidelijk af**: waar tieners nog gemiddeld 4,5 regels rapporteren, rapporteren leerlingen uit de derde graad secundair onderwijs nog 1,5 regels. In totaal geeft nog 74% van de jongeren aan dat er thuis regels zijn. Dat aandeel daalt met de leeftijd: van 83% in de eerste graad naar 61% in de derde graad secundair. Tegelijk verschuift ook de focus van die afspraken. Waar het bij tieners nog vaak gaat over schermtijd en gebruiksmomenten, ligt bij jongeren de **nadruk vaker op online aankopen** (54%), op wanneer ze schermen gebruiken (39%) en wat ze delen online (25%). **Afspraken over hoe lang ze een scherm mogen gebruiken, verdwijnen** grotendeels: gemiddeld gelden die nog voor één op vier jongeren, en in de laatste graad nog maar voor één op de tien.

Tot slot zien we ook hier verschillen op basis van deprivatie. Tieners en jongeren met een hogere **deprivatie**

³² We hebben hierover alle kinderen in de steekproef bevraagd, dus ook kinderen die niet of nauwelijks gebruik maken van toestellen. Voor jonge kinderen zien we bovendien vaak dat bepaalde afspraken nog niet relevant zijn: kinderen die alleen filmpjes kijken op een tablet zullen logischerwijs geen afspraken maken met hun ouders over chatten.

³³ Dit komt overeen met de bevindingen uit de laatste MediaNest-cijfers (2025).

hebben minder vaak afspraken. Zo geeft 32% van hen aan dat er thuis geen regels zijn, tegenover 17% bij leeftijdsgenoten met een lagere deprivatie. Op basis van **gender** hebben jongens iets vaker regels over de omstandigheden van schermgebruik, zoals hoe lang ze schermen mogen gebruiken (35% versus 29% van de meisjes), waar ze dat mogen doen (23% versus 17% van de meisjes) en welke games ze spelen (21% versus 15% van de meisjes). Meisjes geven dan weer vaker aan dat er afspraken zijn rond de inhoud van schermgebruik, zoals met wie ze online praten (27% versus 21% van de jongens), wie ze volgen of met wie ze bevriend zijn (22% versus 16% van de jongens) en wat ze over zichzelf delen

online (31% versus 26% van de jongens). Ondanks deze verschillen rapporteren jongens en meisjes een vergelijkbaar aantal afspraken thuis.

Opvallend is dat 40% van de **tieners en jongeren** in het **buitengewoon onderwijs** aangeven dat ze thuis **geen regels** hebben rond hun gebruik van de smartphone, tablet of computer. Ook hier (net als in het reguliere onderwijs) lijkt het alsof tieners vaker regels hebben dan jongeren. Wanneer deze regels er zijn dan gaat het meestal over de **schermtijd** (24%), het **moment** van schermgebruik (26%) of over welke **aankopen** ze mogen doen online (23%).

	Kinderen	Tieners	1e graad SO	2e graad SO	3e graad SO
Hoe lang ik schermen mag gebruiken (zoals aantal uur per dag)	53,3%	56,5%	36,8%	26,8%	11,3%
Wanneer ik schermen mag gebruiken (zoals 'niet in de ochtend' of 'niet tijdens het eten')	47,4%	59,5%	45,8%	42,3%	29,0%
Waar ik schermen mag gebruiken (zoals 'niet in mijn slaapkamer')	30,3%	29,4%	23,8%	16,6%	11,5%
Wat ik allemaal bekijk online	36,5%	43,1%	27,3%	12,5%	6,8%
Wat ik allemaal over mezelf of anderen deel online	/	38,6%	35,1%	23,2%	18,0%
Welke mensen ik volg of met wie ik online bevriend ben	/	37,9%	23,7%	10,1%	6,8%
Met wie ik chat of praat online	24,7%	43,5%	29,3%	14,7%	11,3%
Welke apps ik download	38,9%	53,0%	39,3%	18,1%	8,1%
Welke games ik speel	33,2%	43,5%	20,5%	7,7%	4,8%
Welke aankopen ik mag doen online	/	47,6%	59,2%	60,2%	42,7%
Er zijn GEEN regels of afspraken over de smartphone, tablet of computer	17,1%	7,5%	16,9%	21,0%	39,2%

Tabel 9: Thema's waarover kinderen (N=1607), tieners (N=859) en jongeren (N=3049) met hun ouders afspraken maken.

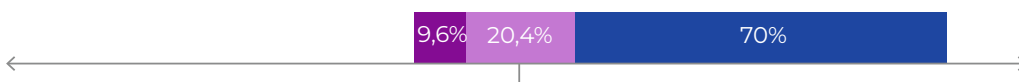
Regels volgen, onderhandelen en soms omzeilen

We vroegen **tieners** en **jongeren** niet alleen **welke regels er zijn**, maar ook **hoe ze ermee omgaan**. Drie op vier tieners zegt dat ze de afspraken thuis vaak volgen. Bij jongeren ligt dat aandeel wat lager (63%). Een kleine groep geeft aan de regels nooit te volgen (2% van de tieners, 8% van de jongeren).

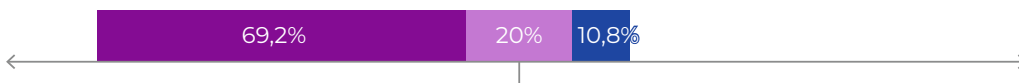
Krijgen tieners en jongeren ook straf wanneer ze zich niet aan de gemaakte afspraken houden? Ongeveer de

helft wel: 56% van de tieners en 51% van de jongeren kreeg al eens straf. Dat kwam ook regelmatig terug in de gesprekken. Maar schermtijd wordt ook gebruikt als beloning. Zo krijgt 60% van de tieners soms extra schermtijd. Bij jongeren ligt dat aandeel lager, met ongeveer 32%. Zo vertelde Paul (11 jaar) dat er regels zijn over schermtijd bij hem thuis. Toen hij een keer zijn smartphone had gebruikt *“konden zij dat toch zien en toen is die weer afgepakt als straf.”*

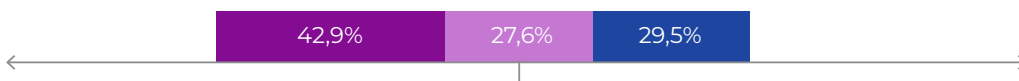
Het is goed dat er thuis regels bestaan over het gebruik van schermen.



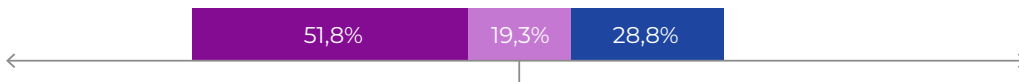
De regels thuis zijn té streng.



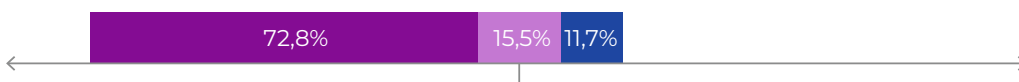
Thuis beslissen ik en mijn ouders wat de regels zijn



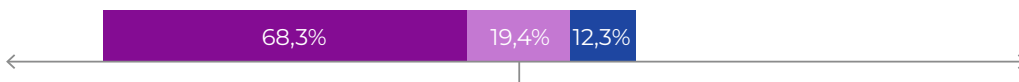
Ik heb het gevoel dat mijn ouders de regels over schermen zelf niet volgen.



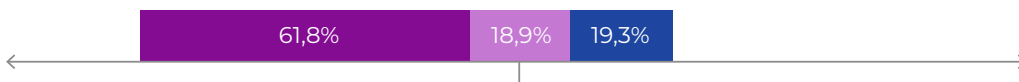
Het gebruik van schermen zorgt vaak voor ruzie met mijn ouders of andere gezinsleden.



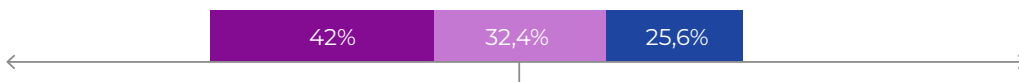
Ik vind altijd een manier om de regels te omzeilen.



Mijn ouders spenderen te veel tijd aan schermen.



Ik spendeer te veel tijd aan schermen.



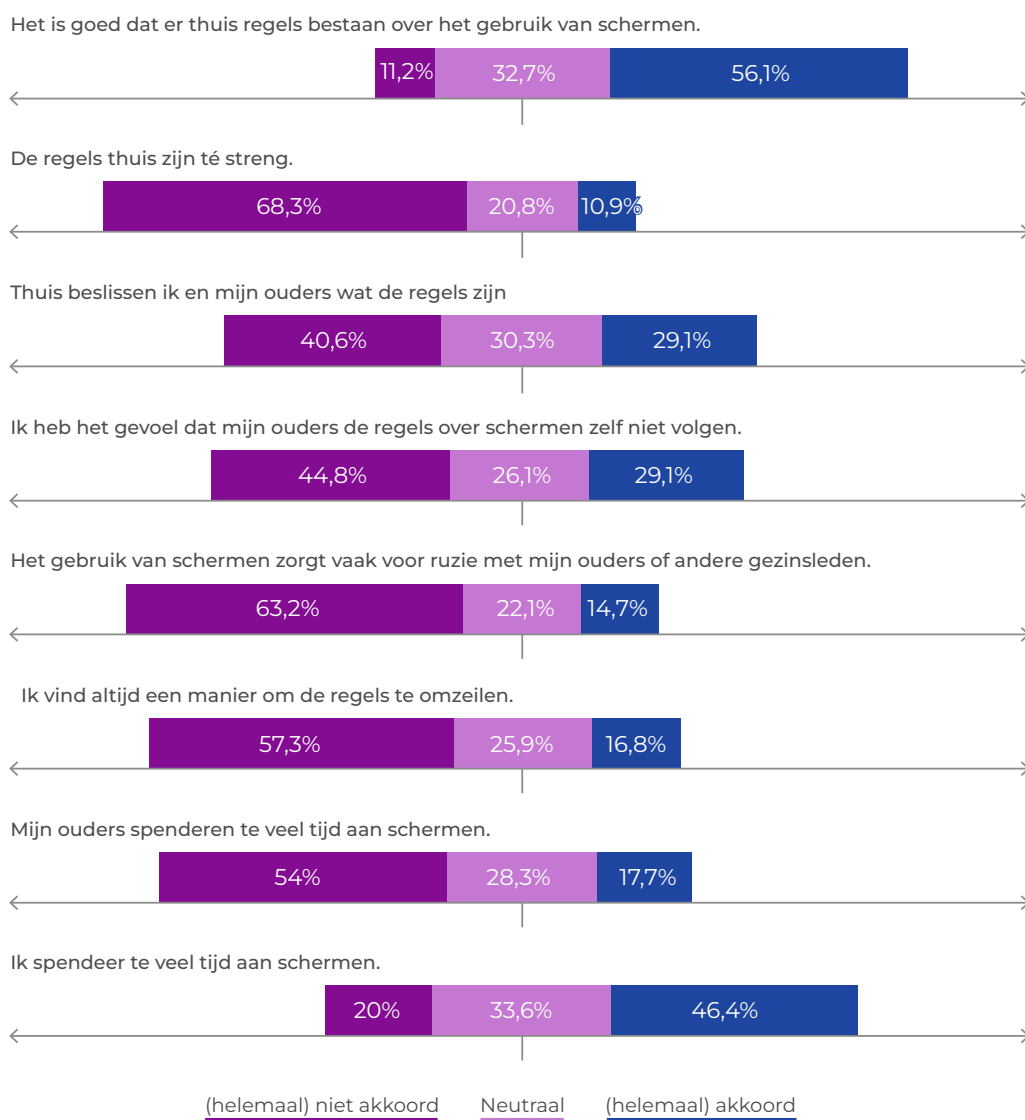
(helemaal) niet akkoord Neutraal (helemaal) akkoord

Grafiek 20a: Mening over schermregels, volgens de tieners (Nmin=787)

We vroegen ook aan **tieners** en **jongeren** wat ze vinden van hun schermregels. Slechts één op tien vindt het niet goed dat er afspraken zijn. De meerderheid staat er positief tegenover: zeven op tien tieners en iets meer dan de helft van de jongeren met schermregels zeggen dat ze die goed vinden. Het idee dat regels te streng zijn, leeft slechts bij een minderheid.

“Op sommige dagen bepalen mijn ouders hoe lang ik op een scherm mag en controleren ze dat ook. Toch lukt het me op mijn kamer soms om wat langer op een scherm te blijven zonder dat ze het merken.”

(Kia, 12 jaar)



Grafiek 20b: Mening over schermregels, volgens de jongeren (Nmin=2250)

Toch verloopt de **toepassing van die regels niet altijd even vlot**. 3 op 10 tieners en jongeren geven aan dat ze mee beslissen over de afspraken thuis, terwijl vier op tien aangeven niet mee te beslissen. Ongeveer 15% zegt dat ze regelmatig manieren vinden om **regels te omzeilen**. Daarnaast geeft drie op tien aan dat **ouders zich zelf ook niet altijd aan de afspraken houden**. In dat spanningsveld is het niet verrassend dat schermregels soms tot **discussies** leiden: bij één op tien tieners en bij 15% van de jongeren gebeurt dat regelmatig thuis.

Ricardo (16 jaar, doorstroomfinaliteit) mag van zijn vader alleen Instagram gebruiken. Hij wil echter ook TikTok en Snapchat gebruiken. Via een update op de iPhone blijkt hij in staat om de apps te verstoppen op zijn telefoon, en concludeert “dus hij weet niet dat ik het toch gebruik”. De ouders van Matteo (17 jaar, dubbele finaliteit) kunnen bepalen in de WiFi instellingen wie er gebruik van de WIFI kan maken. Dit betekent dat ze hem soms geen toegang kunnen geven. Matteo had echter vlug een oplossing, dan “ging ik gewoon op een ander WiFi netwerk waarbij ze dit niet konden instellen.”

Waar ben je? Locatie delen uit zorg of uit gewoonte?

Locaties delen en volgen is vandaag de dag ingeburgerd in gezinnen en vriendengroepen. Via zowel specifieke apps (Life360), ingebouwde tools (Apple's Find My) als sociale media apps (Whatsapp en Snapchat), kunnen ouders en vrienden in real time zien waar iemand zich bevindt. De technologie is beschikbaar, en uit de cijfers blijkt dat kinderen en hun ouders die ook gebruiken.

Bij de kinderen geeft 1 op 4 aan dat hun ouders via locatie-monitoring kunnen zien waar ze zijn. Een even grote groep geeft echter aan niet goed te weten of dit het geval is. Bij **tieners en jongeren** zijn de cijfers meer uitgesproken: 64% zegt dat hun ouders één of meerdere toepassingen gebruiken om hun locatie te volgen. Ook speelt deprivatie een rol: bij gezinnen met een **lage deprivatie** komt locatie-monitoring **vaker** voor.

Als we kijken naar de technologieën die worden gebruikt voor het delen van locatie-monitoring met de ouders, dan staat WhatsApp bovenaan (30%), gevolgd door specifieke smartphone toepassingen (25%) en ingebouwde toepassingen (20%). Ook Snapchat speelt een rol (18%). Bluetooth-trackers (4%) worden minder gebruikt, maar komen vaker voor bij tieners dan bij jongeren.

Volgens de **jongeren**³⁴ kijken ouders vooral naar hun locatie wanneer ze te laat thuis komen of niet reageren op berichten. De belangrijkste **reden** blijkt **bezorgdheid om de veiligheid van hun kinderen** te zijn. Liefst 7 op de 10 jongeren geeft aan dat ouders hun locatie bekijken omdat ze zich zorgen maken om hun veiligheid. Interessant: Meisjes (77%) blijken veiligheid vaker op te geven als reden dan jongens (67%). Meisjes zeggen ook vaker dat locatie-monitoring hun een gevoel van veiligheid geeft (54%, tegenover 46% van de jongens). Dat blijkt ook uit de klassengesprekken in het secundair onderwijs waar vooral de meisjes aan geven dat het gaat om een veilig gevoel tijdens de verplaatsing van en naar school of na het uitgaan. Zo zegt Aïsha (16 jaar, doorstroomfinaliteit): “Ik deel altijd met mijn ouders wanneer ik met vrienden afspreek, zeker als het donker is en ik nog moet terugfietsen naar huis.”

Locatie-monitoring gebeurt ook om **praktische** redenen. Zo zegt 37% van de jongeren dat het hen helpt om af te spreken wanneer ouders hen komen ophalen. Tot slot lijkt locatie-monitoring voor sommigen vanzelfsprekend, wat als derde motivatie kan worden gezien. Zo'n 20% van de jongeren geeft aan dat ouders hun locatie bekijken “omdat het normaal is” of “gewoon omdat het kan”.

“In het gezin gebruiken we via iPhone ‘find my phone’. Mijn ouders gebruiken dat om mij te bereiken door de telefoon af te laten gaan en dan kunnen ze zien waar ik ben. Eigenlijk vind ik dat soms wel oké en soms niet. Maar als ik het uitzet, hebben ze het door.”

(Kathleen, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)

Wat vinden jongeren zelf van locatie-monitoring?

Jongeren³⁵ weten niet altijd wanneer ouders hun locatie bekijken. De helft (51%) geeft aan dat er **geen duidelijke afspraken** zijn over wanneer ouders hun locatie mogen volgen. Iets minder dan de helft (46%) zegt dat ouders soms kijken zonder dit vooraf te vragen of te melden. Toch betekent dat niet dat jongeren daarom beter willen weten hoe en wanneer hun ouders kijken waar ze zijn. De meerderheid (61%) vindt het normaal dat hun ouders kunnen zien waar ze zijn. Meer dan de helft (55%) voelt zich niet bekeken door hun ouders, slechts 17% vindt dat hun locatie deel is van hun privéleven en dat het monitoren ervan niet hoort.

Locatie-monitoring leidt tot een dubbel gevoel: jongeren ervaren veiligheid en vinden het normaal, maar sommigen ervaren het ook als een inbreuk op hun privacy. Tijdens de klassengesprekken werd dit dubbel gevoel verschillende keren expliciet uitgesproken.

“Ik moet ‘live 360’ activeren van mijn papa als ik weg ben. Het gebruikt redelijk veel batterij, dus als het niet moet van mijn papa, dan verwijder ik dat gewoon en installeer ik dat dan later opnieuw.”

(Leona, 17 jaar, doorstroomfinaliteit)

“Soms zet ik expres mijn internet uit zodat mijn ouders mijn locatie niet kunnen zien.”

(Denzel, 13 jaar, A-stroom)

“Ik voel me soms wel achtervolgt door die apps. Ik heb zoiets van ‘waarom moet mijn papa dat nu volgen?’. Hij vraagt dan ook waarom ik op een bepaalde manier ben gereden en dat is irritant.”

(Katja, 17 jaar, doorstroomfinaliteit)



³⁵ Deze stellingen werden enkel gesteld aan jongeren waarvan de ouders effectief locatie-monitoring gebruiken, niet aan de tieners.

Ouders monitoren niet alleen hun kinderen, ook jongeren doen dat onderling

Iets meer dan 7 op 10 **jongeren** geeft aan dat vrienden op de één of andere manier hun locatie bekijken. Dat doen ze vooral via **sociale media**: zo'n 2 op de 3 jongeren geeft aan dat vrienden de Snap Map gebruiken om hun locatie te checken. Volgens jongeren³⁶ kijken vrienden naar hun locatie uit nieuwsgierigheid (40%), omdat het normaal is (40%) of gewoon omdat het kan (38%). Ze doen het ook vanuit een bezorgdheid om de veiligheid van hun vrienden, maar in mindere mate dan bij ouders (22%). Meisjes duiden dit opnieuw beduidend vaker aan dan jongens (26% vs. 16%). Ook hier rapporteren meisjes (32%) vaker een veilig gevoel dankzij het delen van locaties met vrienden, dan jongens (21%).

Bijna de helft van de jongeren (45%) beschouwt locatie-monitoring door vrienden als normaal. Ook hier zijn er enkele genderverschillen: zo vinden meisjes het vaker normaal (52%) dan jongens (37%) en lijken jongens wat meer gesteld op hun privacy. Zij geven vaker aan dat ze zich bekeken voelen (14% vs. 9%) én vinden vaker dat hun locatie deel is van het privéleven (18% vs. 8%). Toch kunnen we concluderen dat locatie-monitoring door vrienden grotendeels geaccepteerd wordt.

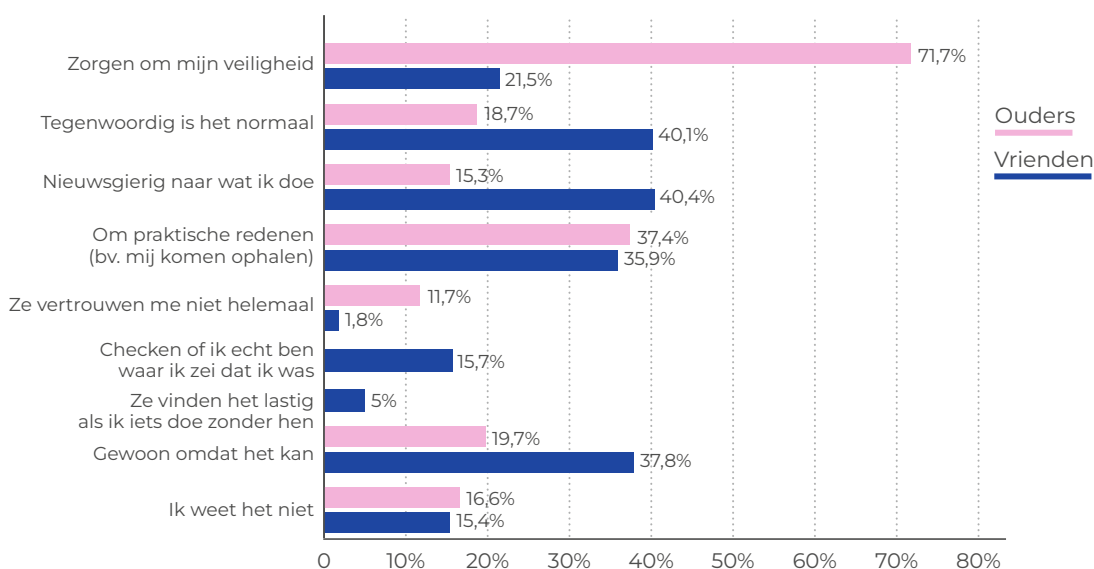
"Als ik afspreek met vrienden kan je door onze locatie te delen wat inschatten waar die persoon is. Niet noodzakelijk ofzo maar gewoon voor het afspreken."

(Arthur, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)

Opvallend is dat **afspraken** onder vrienden **nog schaarser** zijn dan afspraken met hun ouders. 7 op 10 jongeren zegt dat er geen duidelijke afspraken zijn over wanneer vrienden hun locatie mogen volgen. Daarnaast vragen vrienden slechts volgens 1 op 10 jongeren altijd toestemming. Toch gaat bijna 7 op 10 niet akkoord dat ze graag beter willen weten wanneer en hoe vrienden hun locatie volgen en slechts wat meer dan 1 op 10 zegt dat ze zich daardoor bekeken voelen.

Is er een verschil tussen locatie delen met ouders of met vrienden?

Jongeren vinden het logischer dat ouders hun locatie kunnen zien dan vrienden. Ouders mogen vaker volgen (omwille van veiligheidsredenen), wat gepaard gaat met net iets meer gesprekken en (beperkte) afspraken. Bij vrienden is het vrijblijvender, maar ook minder afgebakend.



Grafiek 21: Redenen voor locatie-monitoring door ouders en vrienden, enkel ingevuld door gemonitorde jongeren (Nouders=532, Nvrienden=593)

	% akkoord ouders	% akkoord vrienden
... moeten toegang hebben tot mijn locatie-informatie	36,4%	11,9%
... moeten mijn locatie kunnen zien via een app	33,2%	14,0%
... moeten mij kunnen volgen via technologie	30,4%	10,7%
...kijken soms naar mijn locatie zonder dat ze dat eerst zeggen	45,7%	40,1%
... en ik praten soms over waarom we locatie zien/volgen	25,7%	14,3%
Ik zou graag beter willen weten wanneer en hoe [zij] mijn locatie volgen	20,1%	9,2%
We hebben duidelijke afspraken over wanneer ze mijn locatie mogen volgen	19,9%	7,6%
... vragen het altijd eerst vooraleer ze mijn locatie volgen	18,9%	8,9%
Ik vind het normaal	61,4%	44,6%
Het geeft me een veilig gevoel	50,2%	27,0%
Het geeft me het gevoel dat [ze] betrokken willen zijn	31,2%	25,5%
Ik voel me bekeken	22,0%	11,1%
Ik vind dat het niet hoort, het is mijn privéleven	16,9%	12,5%

Tabel 10: Wat vinden jongens van locatie-monitoring door ouders vs. door vrienden?

Eerste drie stellingen over ouders ingevuld door tieners en jongeren (Nmin=962).

Eerste drie stellingen over vrienden ingevuld door enkel jongeren (N=748).

Gele stellingen enkel beantwoord door gemonitorde jongeren (Nouders=532, Nvrienden=593)



MEDIAOPVOEDING THUIS VS. SCHOOL

Praten over media: vaker op school dan thuis

Ongeveer 63% van de tieners en jongeren praat **thuis** over media. Bij **tieners** gaat het vooral over games (31%), (nep)nieuws (31%) en online veiligheid (29%). Bij **jongeren** blijven (nep)nieuws (38%) en online veiligheid (25%) belangrijke gespreksonderwerpen, maar sociale media komen vaker aan bod (40%). Dat hangt samen met hun hoger gebruik van sociale media.

Ook over artificiële intelligentie praten jongeren (23%) vaker dan tieners (10%).

Tieners en jongeren krijgen over het algemeen vaker op **school** les over de verschillende thema's dan dat ze er thuis over spreken. Er zijn wel enkele uitzonderingen. Over balans in schermtijd, games en influencers wordt net vaker thuis gesproken. Dat zijn ook thema's waarover binnen het gezin meer afspraken zijn, bijvoorbeeld over hoe lang ze online mogen zijn of welke games ze mogen spelen.

Tieners	Artificiële intelligentie	Jongeren
10,2%	thuis	22,7%
18,5%	op school	43,7%
Tieners	Balans in schermtijd	Jongeren
20,7%	thuis	18,5%
9,5%	op school	12,9%
Tieners	Cyberpesten	Jongeren
10,1%	thuis	9,8%
37,4%	op school	48,3%
Tieners	Games	Jongeren
31,3%	thuis	22,7%
8,1%	op school	5,9%
Tieners	Influencers	Jongeren
11,7%	thuis	19,8%
2,9%	op school	10,9%

Tieners	Nieuws en nepnieuws	Jongeren
30,6%	thuis	38,5%
36,9%	op school	58,4%
Tieners	Online privacy of informatie die je met anderen deelt online	Jongeren
21,2%	thuis	20,1%
30,7%	op school	39,4%
Tieners	Online veiligheid	Jongeren
29,5%	thuis	24,6%
59,9%	op school	56,1%
Tieners	Reclame	Jongeren
18,9%	thuis	20,8%
21,3%	op school	27,1%
Tieners	Sexting	Jongeren
/	thuis	8,2%
/	op school	29,8%
Tieners	Sociale media	Jongeren
25,8%	thuis	40,0%
33,8%	op school	49,9%
Tieners	Ik praat niet over deze thema's of krijg er geen les over op school	Jongeren
35,3%	thuis	37,1%
17,8%	op school	17,3%

Tabel 11: Thema's waarover tieners (Nmin=852) en jongeren (Nmin=3030) thuis praten en op school les krijgen.

Bijna één op vijf tieners en jongeren geeft aan dat ze op school geen les krijgen over mediagerelateerde onderwerpen. Wanneer die thema's wel aan bod komen, gaat het vooral over online veiligheid, cyberpesten, (nep)nieuws en sociale media. De verhouding tussen die onderwerpen verschilt tussen tieners en jongeren. De **minste aandacht** op **school** gaat, zowel bij tieners als jongeren, naar balans in schermtijd, games en influencers.

Interessant is dat net deze minder behandelde thema's ook de onderwerpen zijn waarover tieners en jongeren **het minst vragen** hebben. Ook bij thema's als reclame, AI en sexting ervaren ze minder de nood om dit op school te bespreken. Omgekeerd willen ze vooral meer uitleg over online veiligheid, (nep)nieuws, sociale media en online privacy. Omdat die thema's op school ook het vaakst aan bod komen, blijven hun vragen hier het minst onbeantwoord.

	Tieners	Jongeren
AI	56,5%	52,3%
Balans in schermtijd	55,8%	62,7%
Cyberpesten	46,9%	51,5%
Games	48,0%	61,4%
Influencers	55,3%	60,1%
(Nep)nieuws	36,5%	39,6%
Online privacy/delen van info	43,8%	50,1%
Online veiligheid	35,2%	45,0%
Reclame	48,1%	55,1%
Sexting / bij tieners plaatsen		59,6%
Sociale media	42,8%	46,0%

Tabel 12: Over welke thema's stellen tieners (Nmin=862) en jongeren (Nmin=3052) zichzelf GEEN vragen, binnen een schoolcontext.

De smartphone-ban op school: gemengde reacties

Sinds dit schooljaar geldt in Vlaanderen een **smartphone-verbod** in het basisonderwijs en in de eerste en tweede graad van het secundair onderwijs. In de derde graad geldt het verbod enkel tijdens de lessen, en beslissen scholen zelf wat er buiten de les mag. Iets meer dan acht op tien **jongeren** uit de derde graad secundair geeft aan dat er op hun school effectief een smartphone-verbod is voor hun eigen leerjaar.

De **naleving** van dat verbod is volgens jongeren **eerder wisselend**. Eén op vier zegt dat (bijna) alle leerlingen op hun school zich eraan houden. De helft geeft aan dat het verbod maar gedeeltelijk wordt nageleefd en dat sommige leerlingen hun smartphone toch nog stiekem gebruiken. Volgens 15% wordt het verbod nauwelijks gevolgd. Ook op vlak van beleid voor leerkrachten is het beeld niet eenduidig. 23% van de jongeren zegt dat het smartphone-verbod op hun school niet geldt voor leerkrachten, 22% zegt dat hun leerkrachten het verbod wel volgen.

Maar hoe **ervaren** jongeren dat verbod? **De meningen zijn verdeeld**. In tegenstelling tot volwassenen (zoals in de Digimeter 2025), zijn jongeren minder uitgesproken positief. De voor- en nadelen lijken elkaar in evenwicht te houden.

Als we kijken naar de **negatieve gevolgen**, zegt zes op tien **jongeren** die op school een smartphone-verbod hebben, dat ze door het verbod vaker berichten missen van ouders (62%) of vrienden (61%), hun smartphone na schooltijd langer gebruiken (60%) en zich soms meer vervelen op school (56%). Uit de gesprekken blijkt dat die verveling niet alleen te maken heeft met het wegvallen van de smartphone, maar ook met het gebrek aan alternatieven tijdens pauzes. Jongeren, zoals Edward (15 jaar) geven aan dat *“het zou leuk zijn als er tijdens de pauzes meer sport- of andere activiteiten georganiseerd worden als alternatief...”* om die tijd waarin ze vroeger de smartphone gebruikten op school zinvol in te vullen.

Een kleinere groep (bijna 1 op 5) geeft aan zich eenzamer te voelen op school (17%). Net als in onderzoek van Vandenbosch³⁵ zien we dat dit vooral het geval is bij kwetsbare leerlingen, waarvoor de smartphone

tijdens school een sociale steun was, die nu wegvalt. De klacht van eenzaamheid komt vaker voor bij jongeren met een hoge deprivate (27% vs. 14%).

“Het verbod helpt om socialer te zijn tijdens de pauzes. Voor jongeren die nood hebben aan rust of een moment alleen willen zijn via de telefoon, is het wel een gemis.”

(Jamal, 15 jaar, OKAN-onderwijs, woont 1 jaar in België)

Als we kijken naar de **positieve gevolgen**, zegt meer dan de helft dat ze meer met anderen praten op school dankzij het smartphone-verbod (53%). Meer dan 1 op 3 voelt zich minder afgeleid tijdens de les (37%) en ongeveer 1 op 4 ervaart meer rust (28%) en geeft aan minder gepest te worden (24%).

Opvallend is het **genderverschil** hier: meisjes ervaren meer 'negatieve' gevolgen op hun sociale leven dan jongens. Zo zijn ze het er vaker mee eens dat ze berichten van vrienden missen dankzij het verbod (64% vs. 57% van de jongens), dat ze belangrijke berichten van hun ouders missen (66% vs. 59% van de jongens) en dat ze eenzamer zijn op school (21% vs. 14% van de jongens).

Door het verbod ...	% eens
mis ik belangrijke berichten van mijn ouders (-)	62,5%
mis ik berichten van mijn vrienden (-)	60,6%
gebruik ik mijn smartphone langer na school (-)	60,4%
verveel ik me meer op school (-)	56,5%
praat ik meer met anderen op school (+)	53,5%
kan ik mijn smartphone niet gebruiken voor school (-)	52,7%
ben ik minder afgeleid in de les (+)	36,5%
voel ik me rustiger (+)	27,5%
word ik minder gepest op school (+)	24,0%
word ik veel meer gestraft (-)	17,5%
ben ik eenzamer op school (-)	17,3%

Tabel 13: Stellingen over smartphone-verbod op school, enkel beantwoord door jongeren met een smartphoneverbod (Nmin=2856).

³⁵ In een VRT NWS-artikel van 10 februari 2026 over het smartphone-verbod op school stelde professor Laura Vandenbosch reeds dat het smartphone-verbod op school geen wonderoplossing is, en zelfs een negatieve impact kan hebben op mentaal welzijn. Zo stelde ze dat kwetsbare leerlingen vaak hun smartphone gebruiken als sociale steunpilaar. www.vrt.be/vrtnws/nl/2026/02/10/studie-smartphone-verbod-stijging-van-depressieve-gevoelens-en-sl

WAAR EN HOE ZOEKEN JONGEREN INFORMATIE OVER OPGROEIEN?

Naast ouders en school gebruiken **jongeren** steeds **vaker digitale kanalen** om antwoorden te vinden op vragen over opgroeien: van relaties en stress tot studiekeuzes en werk. Daarbij springen twee bronnen eruit als favoriet: online **zoekmachines** (zoals Google) en **AI-toepassingen** (zoals ChatGPT). **Sociale media**, zoals TikTok, Instagram of YouTube, staan op de derde plaats. Iets minder dan de helft van de jongeren (42%) maakt gebruik van alle drie deze bronnen.

Tegelijk blijft **sociale interactie belangrijk**. Ongeveer de helft van de jongeren stelt vragen over opgroeien aan iemand die ze vertrouwen, of zoekt informatie hierover via berichtenapps zoals WhatsApp of Snapchat. Digitale en persoonlijke bronnen bestaan dus naast elkaar. Interessant hierbij is dat vooral leerlin-

gen uit de doorstroom- en dubbele finaliteit (61%) en A-stroom (55%) dit aan een vertrouwenspersoon vragen. Leerlingen uit de arbeidsmarktfinaliteit (24%) en B-stroom (33%) doen dit veel minder.

AI staat bij de jongeren op plaats 2 (na zoekmachines zoals Google), behalve bij leerlingen uit de arbeidsmarktfinaliteit. Bij hen staan AI-toepassingen wel op één. **Jongeren** ervaren AI-chatbots als een laagdrempelige manier om snel uitleg te krijgen of ideeën op te doen. Drie op vier gebruikt AI-toepassingen om informatie over opgroeien te zoeken, en meer dan de helft (53%) vindt dat dit hen helpt om betere informatie te vinden zonder dat ze nog hulp van anderen nodig hebben. Deze overtuiging is sterker bij jongeren die AI-toepassingen gebruiken om informatie over opgroeien te zoeken (66%).

Online zoekmachines (zoals Google)	83,6%
ChatGPT of een andere AI-chatbot (Gemini, My AI van Snapchat ...)	74,2%
Sociale media (zoals TikTok, Instagram, YouTube)	58,4%
Ik vraag het aan iemand aan die ik vertrouw (bijvoorbeeld je ouders, vrienden, leerkracht)	50,6%
Berichtjes sturen (zoals WhatsApp of Snapchat)	46,6%
Online encyclopedieën zoals Wikipedia	15,4%
Tv of radio	8,2%
Kranten, tijdschriften, folders of boekjes	5,1%
Websites gericht naar jongeren, zoals watwat.be, Awel.be	4,0%
Telefoneren of chatten met een hulplijn (zoals Awel, het JAC, Tele-onthaal)	2,9%

Tabel 14: Manieren waarop jongeren (N=759) informatie over opgroeien opzoeken.

Hoe jongeren informatie het liefst krijgen

Op de vraag hoe jongeren het liefst informatie krijgen, geven ze duidelijk de voorkeur aan **korte en toegankelijke formats**. Korte video's van enkele minuten (zoals via TikTok) zijn het populairst (67%). Op de tweede en derde plaats staan geschreven online teksten, zoals artikels (42%), en korte berichten op sociale media (37%). Meer traditionele formats, zoals geschreven tekst op papier (19%) of audio (19%) zijn minder populair. Dit sluit aan bij de manier waarop jongeren vandaag nieuws en informatie consumeren (cf. thema nieuws).



Vinden jongeren genoeg (betrouwbare) informatie?

De meerderheid (58%) van de jongeren vindt **volgende informatie** over opgroeien om zelf beslissingen te kunnen nemen. 60% vindt het ook makkelijk tot zeer makkelijk om de informatie te vinden die ze zoeken, terwijl 4% het hier moeilijk mee heeft.

De helft van de jongeren zou **wél graag** meer **informatie** kunnen vinden die ze **per definitie** kunnen **vertrouwen** en gebruiken.

Een kleine groep heeft **moeite om informatie te vinden**, 1 op 3 vindt het moeilijk om te beoordelen hoe betrouwbaar de online informatie is die ze tegenkomen. De belangrijkste **struikelblokken**:

- misleidende of foute informatie vinden,
- niet weten welke websites of mensen te vertrouwen zijn,
- de uitleg te ingewikkeld vinden,
- de informatie soms gewoon niet kunnen vinden.

Ik kom soms misleidende of foute informatie tegen.	64,9%
Ik weet niet altijd welke websites of mensen ik kan vertrouwen.	49,3%
De uitleg is te ingewikkeld.	43,3%
Soms kan ik de informatie niet vinden.	43,0%
Er is te veel informatie, ik weet niet wat ik eerst moet kiezen.	33,7%
Het kost tijd en dat heb ik niet altijd.	22,2%
Ik maak me zorgen of het wel veilig is om iets op te zoeken of in te vullen.	18,4%
Ik heb nooit moeite om informatie te vinden	14,0%
Ik krijg weinig hulp om dingen te begrijpen.	9,7%
Het kost geld en dat heb ik niet altijd.	7,4%
Ik weet niet goed hoe ik met computers of het internet moet werken.	4,5%

Tabel 15: Moeilijkheden die jongeren (N=741) ervaren met het vinden van informatie over opgroeien.

Hoe controleren jongeren informatie?

72% van de jongeren geeft aan dat ze (minstens) soms **controleren of de informatie die ze zien online écht klopt**. De jongeren die aangeven informatie te checken, doen dit vooral op volgende manieren.

- Ik kijk of ik weet van wie de informatie komt (69%).
- Ik kijk of ik de website ken (65%).
- Ik controleer of ik dezelfde informatie ook op andere plekken zie (57%).

Daarnaast spelen reacties, vooral op sociale media, ook een rol in hoe ze informatie inschatten. 56% van de jongeren die informatie checken, geeft aan dat ze de berichten in de comments lezen om na te gaan of de informatie klopt. Naar de visie of uitleg van influencers of bekende personen grijpen ze minder terug. 14% bekijkt wat een bekende persoon of influencer zegt over het onderwerp waar ze over twijfelen.

“Ik controleer of het echt is door te Googlen en dan naar een bron te gaan die ik vertrouw.”

(Harry, 14 jaar, dubbele finaliteit)

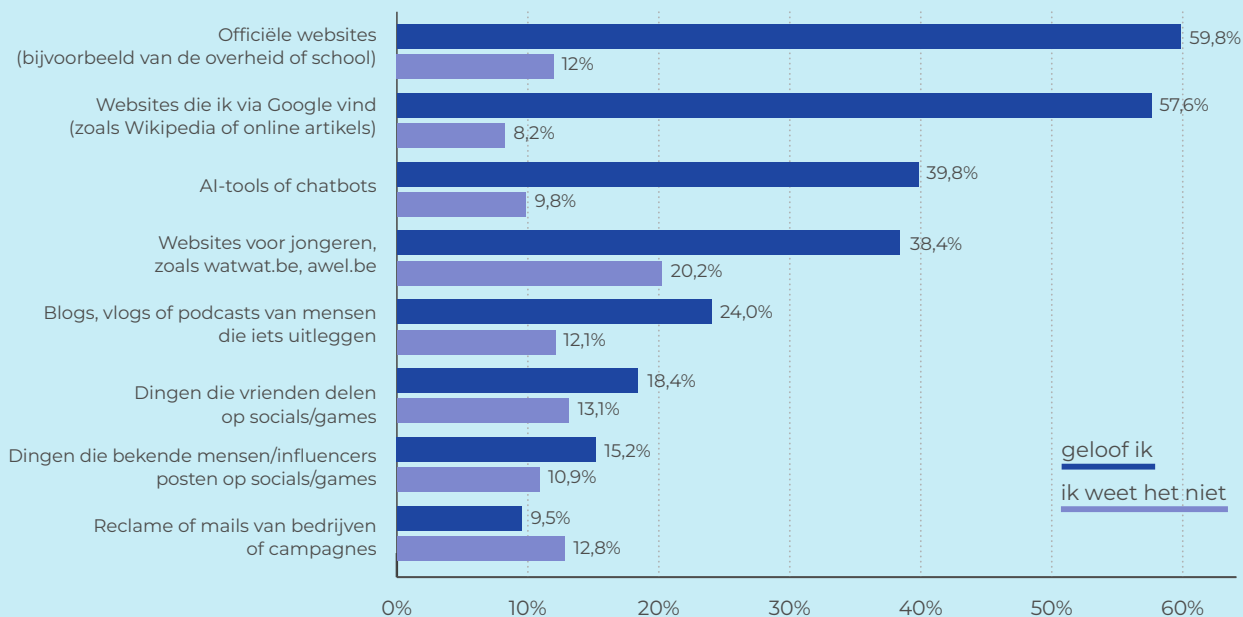
Wat of wie vertrouwen jongeren?

Jongeren **geloven de informatie afkomstig van duidelijke en herkenbare bronnen het meest**. **Officiële websites** (zoals die van de overheid) staan bovenaan. Daarna volgen **websites die ze via Google vinden** (zoals Wikipedia of online artikels), **AI-tools** of chatbots en **jongerenwebsites** (zoals watwat.be en awel.be). Reclame of mails van bedrijven scoren het laagst: 1 op 10 gelooft de informatie.

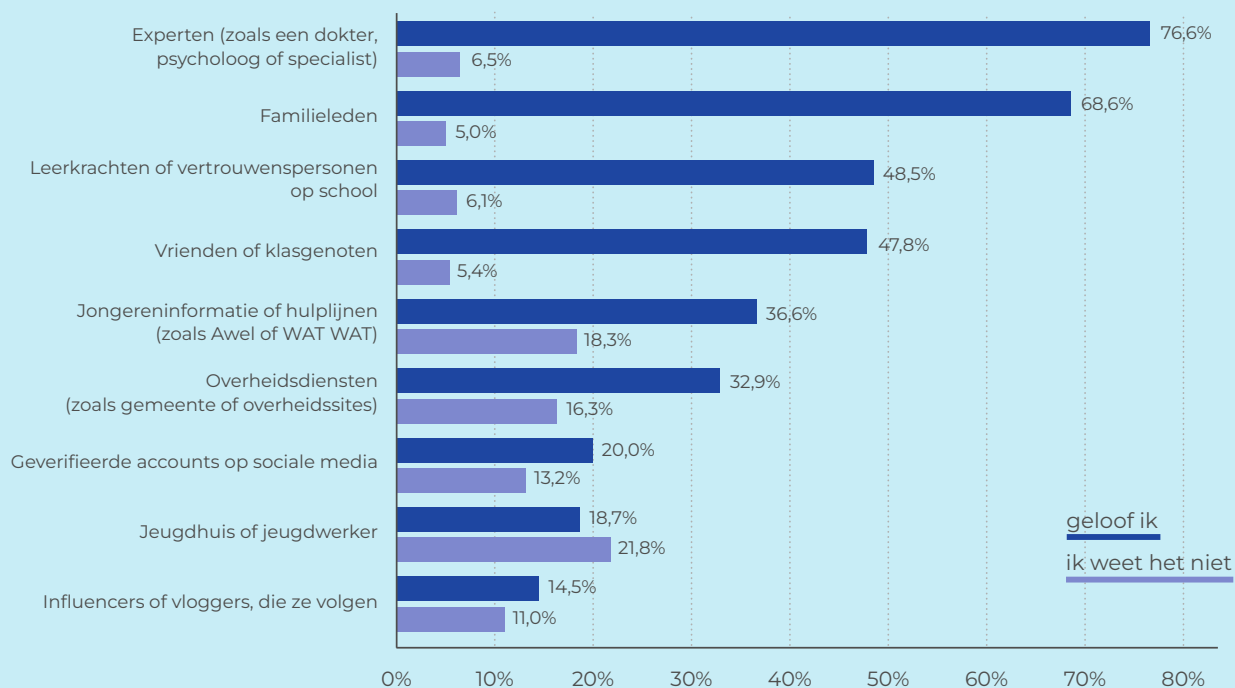
Wanneer jongeren op zoek zijn naar informatie of een antwoord, zien we ook verschillen in **wie** ze geloven. Jongeren geloven voornamelijk:

- experts (zoals een dokter, psycholoog of specialist),
- familieleden (ouders, broers/zussen, oma/opa ...),
- leerkrachten of vertrouwenspersonen op school,
- vrienden of klasgenoten.

Influencers en vloggers geloven jongeren het minst.



Grafiek 22: Welke bronnen geloven jongeren (Nmin=731) ivm informatie over opgroeien?



Grafiek 23: Welke personen geloven jongeren (Nmin=731) ivm informatie over opgroeien?

Bij wie kunnen jongeren terecht?

Als **jongeren** vragen hebben over betrouwbare informatie, kunnen de meesten wel bij iemand terecht. Ouders blijven de belangrijkste aanspreekpunten (72%), samen met goede vrienden of klasgenoten (72%). Ook broers, zussen (44%) en grootouders (38%) spelen een rol. Toch mogen we ook niet negeren dat 5% van de jongeren zegt dat ze nergens terecht kunnen.

Wat hebben jongeren nodig?

In de vragenlijst vroegen we ook wat hen zou kunnen helpen en ondersteunen om beter informatie te vinden en te begrijpen: ongeveer de helft zou willen dat **websites het 'beter en duidelijker' uitleggen**, en 41% wil er graag tips of uitleg over **op school** krijgen. Maar, volgens 1 op de 5 jongeren konden de mogelijke opties die beschreven werden, hierbij niet helpen.

De zoektocht naar informatie verloopt dus steeds digitaler, met een groeiende rol voor AI-toepassingen. Tegelijk blijft de behoefte aan duidelijke, betrouwbare en begrijpbare informatie groot.



Omgang en attitudes

Media openen veel deuren: van het nieuws tot online shoppen en je seksualiteit beleven. Hoe jongeren daar veilig mee omgaan, is minstens zo belangrijk.

We vroegen hen hoe ze zelf omgaan met enkele van die mogelijkheden en risico's.

NIEUWS

Dit thema werd bevraagd bij kinderen, tieners en jongeren

Interesse in nieuws

De meeste **tiensers** en **jongeren** hebben in zekere mate interesse in nieuws³⁶. 64% geeft aan minstens een beetje geïnteresseerd te zijn, waarvan 39% 'wel' of 'heel erg' geïnteresseerd is. Tegelijk geeft 30% aan (helemaal) geen interesse te hebben. Nieuws lijkt dus aansluiting te vinden bij een grote groep jongeren, maar niet bij allemaal.

De mate van interesse verschilt naargelang de **leeftijd**. In de derde graad van het lager onderwijs is 39% geïnteresseerd³⁷ in nieuws. In de eerste graad van het secundair onderwijs daalt dit aandeel tot 27%, terwijl 38% daar aangeeft (helemaal) niet geïnteresseerd te zijn. In de jaren daarna neemt de interesse weer toe, tot 53% in de derde graad van het secundair onderwijs die geïnteresseerd is. Er is dus een dip in interesse bij de overgang naar het secundair onderwijs. Speelt het wegvallen van Karrewiet bij die leeftijd hierin een rol?

Naarmate jongeren ouder worden, lijken ze ook beter te kunnen inschatten in welke mate nieuws hen interesseert. In de derde graad van het lager onderwijs weet 12% niet goed of ze geïnteresseerd zijn in nieuws. Vanaf het secundair onderwijs daalt dat naar 4%.

De interesse in nieuws verschilt daarnaast ook naargelang **studierichting** en **deprivatie**. In het secundair onderwijs ligt de interesse hoger bij leerlingen in de doorstroom- en dubbele finaliteit. Daar geeft 52% aan geïnteresseerd te zijn in nieuws, tegenover 27% in de arbeidsmarktfinaliteit. Een gelijkaardig patroon zien

we bij deprivatie. Tieners en jongeren met een lagere deprivatie zijn vaker geïnteresseerd in nieuws (45%) dan die met een hogere deprivatie (23%).

Deze verschillen roepen de vraag op in welke mate het huidige nieuwsaanbod aansluit bij de leefwereld en interesses van alle jongeren. De antwoorden van jongeren met weinig interesse in nieuws geven alvast enkele mogelijke verklaringen. Zo zegt 40% van deze jongeren dat ze zich liever met andere dingen bezighouden, 36% vindt dat het nieuws te saai wordt gebracht, en 25% geeft aan dat het nieuws te negatief is. Ook in de klassengesprekken worden deze redenen aangehaald. Zo zegt Lena (16 jaar, dubbele finaliteit) dat hoewel ze soms wel nieuws kijkt, ze het wel *"een beetje saai"* vindt. Vooral omdat *"wat er gebeurt zijn alleen maar erge dingen, zoals oorlog."* En Marcel (15 jaar, dubbele finaliteit) geeft aan dat hij zich alleen inleest wanneer het gaat om belangrijke maatregelen, *"maar nu zoals met de pensioenen enzo, dat interesseert me niet."*

Wanneer **tiensers** en **jongeren** worden gevraagd **waarom ze nieuws** volgen, blijkt vooral **intrinsieke motivatie** doorslaggevend. Zo geeft 41% aan dat ze het nieuws volgen omdat ze het interessant vinden. Daarnaast zegt 34% dat het nieuws relevante informatie bevat voor hun eigen leven, en vindt 33% het belangrijk om op de hoogte te blijven. Ongeveer een kwart (23%) geeft aan dat ze het nieuws volgen omdat ze het graag doen. Deze redenen, die wijzen op de

³⁶ Bij het invullen van de vragenlijst gaven we volgende definitie aan de respondenten mee: 'Nieuws is NIET nieuwtjes over je vrienden of familie', nieuws is WEL informatie over wat er in de wereld gebeurt, zoals sport, milieu, muziek, film, oorlog, ongeval of misdaad. Dit zie je op televisie, sociale media,...

³⁷ Met 'geïnteresseerd' bedoelen we hier en in volgende alinea's de tieners en jongeren die aanduiden 'wel' of 'heel erg' geïnteresseerd te zijn in nieuws.

aanwezigheid van een intrinsieke motivatie om nieuws te consumeren, kwamen voornamelijk aan bod bij tieners en jongeren die geïnteresseerd zijn in nieuws.

Toeval speelt volgens de tieners en jongeren een **meer beperkte rol**. Zo zegt 16% dat ze nieuws volgen omdat het toevallig in hun feed verschijnt, en ziet 1 op 10 nieuwsberichten omdat vrienden ze gedeeld hebben via sociale media.

Dit is ook wat Lea (16 jaar, doorstroomfinaliteit) bevestigt *“TikTok zorgt ervoor dat ik ook geïnformeerd word. Want dat is waar ik het nieuws zie”* en Jane (14 jaar, dubbele finaliteit) *“Ik zie op TikTok het nieuws en als het me interesseert dan kijk ik verder.”* Ook externe factoren zijn, net als in de vorige editie, minder bepalend. 11% volgt het nieuws omdat dit moet vanuit de school en 10% omdat ze het gevoel hebben dat het van hen verwacht wordt.



Kinderen komen met nieuws in contact via Karrewiet!

Ik keek op school naar Karrewiet.	47,5%
Ik keek thuis naar Karrewiet.	32,8%
Ik keek naar ander nieuws op televisie.	30,3%
Ik luisterde naar het nieuws op de radio.	30,1%
Ik zag online nieuws.	14,2%
Ik heb de afgelopen week geen nieuws gezien.	24,2%



Tabel 16: Hoe hebben kinderen³⁸ (N=1609) de afgelopen week het nieuws gevolgd?

Voor **kinderen** blijft **Karrewiet de belangrijkste nieuwsbron**: 62% keek in de week voorafgaand aan de bevraging naar het jeugdjournaal. Kinderen komen in het algemeen vaker via school dan thuis met Karrewiet in contact. Zo geeft 48% aan dat ze het programma op school bekeken, tegenover 33% thuis. Dit verschil is vooral zichtbaar in de tweede graad van het lager onderwijs. Zo geeft 74% van deze leerlingen aan het programma op school te hebben bekeken in de week voor de bevraging, tegenover 21% van de leerlingen uit de eerste graad lager onderwijs. Thuis zijn de verschillen tussen beide leeftijdsgroepen kleiner: in zowel de eerste als de tweede graad kijkt ongeveer 3 op de 10 van de kinderen thuis naar Karrewiet.

Scholen spelen dus een **belangrijke rol** in hoe kinderen met nieuws in contact komen en bieden daarbij een meer gelijke toegang tot nieuws. Dit betekent dat verschillen in nieuwsgebruik naargelang niveau van **deprivatie** dan ook vooral zichtbaar zijn in andere contexten. Op school zien we weinig verschil: kinderen met hoge en lage deprivatie geven in gelijke mate aan Karrewiet te hebben gekeken (+47%). Thuis zijn de verschillen groter. In de week voor de bevraging keken dubbel zoveel kinderen met een lage deprivatie (40%) als kinderen met een hoge deprivatie (18%) naar

Karrewiet. Ook bij ander televisie- en radionieuws zien we dat meer kinderen met een lage deprivatie dit bekijken dan kinderen met een hoge deprivatie.

Als ze ouder worden, zien we de rol van Karrewiet afnemen. Het aandeel Karrewiet-kijkers (op school of thuis) verdampst bij de overstap naar het secundair onderwijs. Waar 6 op 10 **tieners** in de derde graad van het lager onderwijs nog minstens wekelijks op school naar Karrewiet kijken, zien we dat het jeugdjournaal amper nog een rol speelt in het nieuwsgebruik van **jongeren**.

Mogelijk hangt de eerder geziene 'interessedip' in de eerste graad van het secundair samen met het wegvallen van Karrewiet na het lager onderwijs. De interesse lijkt pas weer toe te nemen wanneer jongeren een alternatief vinden dat beter aansluit bij hun leefwereld, zoals nws.nws.nws. In lijn met het Represent 2.0-onderzoek van StampMedia hangt dit mogelijk ook samen met de mate waarin jongeren zich gerepresenteerd voelen en zich herkennen in nieuwsitems. Voor de jongste leerlingen in het secundair onderwijs lijkt er zo een 'gat' te vallen in het nieuwsaanbod bij de overgang vanuit het lager onderwijs.

Maar, hoe komen tieners en jongeren dan in contact met nieuws?

Als het niet via Karrewiet is, hoe komen **tieners** en **jongeren** dan in contact met nieuws? Net als de vorige editie blijven **kranten en tijdschriften op papier** het **minst belangrijke nieuwsmedium**. Bij het lezen van papieren kranten zien we dat nieuwsinteresse een belangrijke rol speelt: 45% van de geïnteresseerden leest weleens een krant, terwijl dit bij de ongeïnteresseerden slechts 15% is.

Hoe vaak ze een papieren krant lezen, hangt ook samen met de leeftijd. 1 op de 10 tieners (12%) zegt minstens wekelijks de krant te lezen, terwijl dit bij jongeren slechts 4% is.

Bij **andere traditionele nieuwsmedia, zoals televisie en radio**, zien we dalingen tegenover de vorige editie. 31% van de tieners en jongeren geeft aan nooit via de radio op de hoogte te zijn van nieuws, terwijl 38% minstens wekelijks luistert naar radionieuws. Opnieuw speelt nieuwsinteresse hierbij een rol: 24% van de niet-geïnteresseerden luistert minstens wekelijks naar de radio (tegenover 49% van de geïnteresseerden) en 22% kijkt minstens wekelijks naar de televisie voor nieuws (tegenover slechts 67% bij de geïnteresseerden).

Nieuws 'kijken' kan natuurlijk op verschillende manieren. 35% van de tieners en jongeren kijkt wekelijks **nieuwsuitzendingen op nationale televisie**. Jongeren (37% wekelijks) doen dat vaker dan tieners (26% wekelijks). Vanaf de derde graad secundair onderwijs kijkt bijna de helft minstens wekelijks een nieuwsuitzending.

Nieuwsuitzendingen van regionale zenders zijn bij minder tieners en jongeren in trek. Wel tonen de bevindingen een zekere interesse in documentaires aan. Meer dan de helft (55%) kijkt wel eens een documentaire via zenders of streamingplatformen, en 17% doet dit minstens wekelijks. Oudere leerlingen kijken vaker documentaires: bij de derde graad secundair onderwijs geeft 22% minstens wekelijks te kijken.

Op school hebben we wel een documentaire gekeken. Thuis heb ik dat nog nooit gezien.

(Jonas, 14 jaar, dubbele finaliteit)

Documentaires zijn toch ook over mensen en hun carrières bijvoorbeeld? Die kijk ik dan wel, over David Beckham bijvoorbeeld.

(Jeremie, 14 jaar, dubbele finaliteit)

Ook bij de tieners en jongeren zien we dat **deprivatie** een rol speelt in hoe vaak ze nieuws consumeren via verschillende bronnen. Meer tieners en jongeren met een lage deprivatie kijken minstens wekelijks naar nieuwsuitzendingen (41%) en nieuwsprogramma's (14%), dan tieners en jongeren met een hogere deprivatie (respectievelijk 15% en 7%). Bij het kijken naar documentaires speelt dit geen rol.

	Tieners	Jongeren
Smartphone	39,1%	78,6%
Televisietoestel	48,8%	47,5%
Gesprekken met anderen	26,9%	56,4%
Radio	40,2%	36,9%
Computer	23,6%	36,8%
Tablet	25,9%	18,6%
Papier	11,6%	4,2%

Tabel 17: Hoe blijven tieners (Nmin = 204) en jongeren (Nmin = 711) minstens wekelijks op de hoogte van nieuws via verschillende media?

Nieuws speelt een duidelijke rol in de **sociale interacties** van tieners en jongeren: voor de helft van hen is dit minstens wekelijks een gespreksonderwerp. Ook de Nieuwsbarometer concludeerde dat 'babbelmomenten' belangrijk zijn in hoe jongeren in contact komen met nieuws.

Online nieuwsconsumptie wordt belangrijker als ze ouder worden

Weinig **kinderen** zien online nieuws (14%). Dat komt omdat ze **weinig toestellen** hebben en gebruiken, in het bijzonder omdat ze vaak geen smartphone hebben. Opmerkelijk is dat bijna dubbel zoveel kinderen met dubbele of andere nationaliteit dan de Belgische (23%) de afgelopen week online nieuws zagen in vergelijking met kinderen met een Belgische nationaliteit (12%).

Bij **tieners** en **jongeren** wordt het belang van online nieuws groter. Op deze leeftijd is het bezit van een

smartphone ook meer vanzelfsprekend. De **smartphone** is al langer het **populairste nieuwsmedium** voor tieners en jongeren, maar het belang van dit toestel stijgt in deze editie nog verder: 70% gebruikt het minstens wekelijks om op de hoogte te blijven. Voor bijna de helft van de tieners en de jongeren (45%) is dit een dagelijkse bron van nieuws. Logischerwijs stijgt ook de rol van de smartphone voor nieuws met de leeftijd: 66% van de jongeren uit de derde graad secundair onderwijs gebruikt dagelijks de smartphone om op de hoogte te blijven.

Hoe komen ze online in contact met nieuws?

Als we kijken naar de manieren waarop **jongeren** met online nieuws in contact komen, zien we dezelfde top 3 als in de vorige editie: via **sociale media, zoekmachines (zoals Google) of meldingen via hun smartphone**. De **rol van nieuwswebsites en -apps is beperkter**: bij beide digitale bronnen geeft ongeveer 50% aan dat ze het nog nooit hebben gebruikt. 19% gebruikt elke week een nieuwswebsite en 17% elke week een nieuwsapp. Ook de Nieuwsbarometer vindt hetzelfde aandeel wekelijkse gebruikers van nieuwswebsites en -apps onder 12-18-jarigen. Zij tonen wel een opvallende toename in wekelijkse gebruikers bij jongvolwassenen (nl. tussen 30% en 40%), wat gelijkaardige aandelen wekelijkse gebruikers zijn als wat imec.digimeter in hun meest recente rapport beschrijft bij de 18-24-jarigen. Beide rapporten tonen ook dat het aandeel wekelijkse gebruikers van een nieuwsapp wat groter is dan van nieuwswebsites.

Een podcast luisteren over de actualiteit blijkt, gelijkaardig aan onze bevindingen in de vorige editie, minder populair³⁹: voor de meerderheid van de jongeren komen ze op deze manier niet in contact met nieuws. **Slechts bij 5% is het een wekelijkse gewoonte om naar podcasts over de actualiteit te luisteren**. Bij jongens is het luisteren van actuaipodcasts wat populairder dan bij meisjes. Ook tijdens meerdere klasgesprekken werd duidelijk dat podcasts niet echt een manier is waarop tieners en jongeren met nieuws en actualiteit in

contact (willen) komen. Tijdens de klasgesprekken werd podcast niet spontaan genoemd als mogelijke nieuwsbron, en als ernaar werd gevraagd, was de term 'podcast' soms zelfs onbekend.

Deze bevinding is in lijn met de Nieuwsbarometer. De meest recente imec.digimeter toont eveneens dat actuaipodcasts bij slechts 6% van de 18-24-jarigen een rol speelt in hun wekelijkse nieuwsconsumptie. Het lijkt eerder en vooral het geval bij 25-34-jarigen, waar dit aandeel wekelijkse beluisteraars piekt naar 16% en opvallend gestegen is tegenover vorig jaar.

Sociale media	67,9%
Zoekmachine	47,7%
Een melding op de smartphone	30,1%
Streamingplatform met nieuws	22,5%
Nieuwswebsite	19,2%
Nieuwsapp	16,9%
Via een nieuwsbrief in de mail	6,7%
Podcast over de actualiteit	5,2%

Tabel 18: Digitale kanalen voor jongeren (Nmin=696) om minstens wekelijks nieuws te volgen

Hoe ziet nieuws via sociale media eruit?

De meerderheid van de **jongeren** in het secundair onderwijs (63%) geeft aan dat ze nieuws meestal 'naar zich toe' laten komen in plaats van zelf nieuws te zoeken. Bij jongeren met lage interesse in nieuws ligt dit aandeel nog hoger (70%). Dit kan gelinkt worden aan het belang van sociale media binnen de nieuwsconsumptie van jongeren.

Als we concreter kijken naar welke socialemediaplatformen jongeren gebruiken voor nieuws, zien we een opmerkelijke verandering tegenover de vorige editie. Toen hadden Instagram en TikTok een gelijk aandeel van 7 op 10. Vandaag zien we een ander beeld: van de jongeren die sociale media gebruiken om het nieuws te volgen, doet 78% dat via **TikTok**, tegenover 57% via **Instagram**. Een mogelijke verklaring hiervoor ligt in **leeftijdsverschillen**. Instagram wordt vooral door leerlingen uit de derde graad secundair onderwijs aangeduid als nieuwsbron en is (nog) minder populair bij jongere leerlingen uit de eerste graad. TikTok wordt daarentegen binnen alle graden van het secundair onderwijs vaak aangeduid als nieuwsbron. Onze bevraging toont aan dat wie geïnteresseerd is in nieuws opvallend vaker Instagram gebruikt om het nieuws te volgen.

Tot slot duidt 36% van de jongeren die nieuws zien via sociale media, **YouTube** aan als nieuwsbron. Dit is in het bijzonder het geval bij jongens (48% tegenover 27% bij meisjes). Wat voor type nieuws dit dan is, is vrij onduidelijk. Refereren ze hiermee naar YouTubers die soms onderwerpen uit de actualiteit aanhalen in hun video's? Of bekijken ze soms clips uit bekende Amerikaanse talkshows?

Van waar of wie komt dan nieuws? 60% van de jongeren die via sociale media met nieuws in contact komen, volgt ook effectief **pagina's van grotere nieuwsmedia**, zoals nws.nws.nws, Sporza of HLN. Dit aandeel is licht gestegen ten opzichte van de vorige editie (toen 53%).

TikTok	78,4%
Instagram	57,4%
YouTube	35,8%
Snapchat	31,7%
Facebook	12,7%

Tabel 19: Welke socialemediaplatformen gebruiken jongeren die sociale media gebruiken (N=583) voor nieuws?



"Ik zie meer oorlogsbeelden op Instagram, maar het hangt ervan af of je bepaalde nieuwskanalen volgt."

(Nadia, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)

We zien dat nieuws gedeeld door vrienden en familie (38%), en door bekende personen en influencers, minder belangrijk is dan in de vorige editie. Toch zegt 29%

van de jongeren dat **influencers en/of content creators een belangrijke bron van nieuws** zijn. Dit is in lijn met de bevindingen van de Nieuwsbarometer.

Ik volg nieuwsmerken (zoals nws.nws.nws, Sporza of HLN)	60,0%
Ik zie nieuws gedeeld door vrienden of familie	38,0%
Ik zie nieuws gedeeld door bekende personen, influencers of content creators	29,0%
Weet ik niet	21,2%
Ik zie nieuws gedeeld door mensen die ik niet ken	13,5%
Ik volg pagina's van specifieke programma's (zoals De Ideale Wereld)	10,3%
Ik volg specifieke journalisten	9,3%
Ik volg pagina's van kleinere of alternatieve nieuwsmedia	5,3%

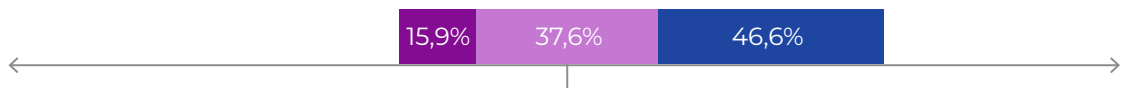
Tabel 20: Hoe komen jongeren die nieuws volgen via sociale media (N=582) nieuws tegen op sociale media?

Wat denken jongeren over nieuws op sociale media?

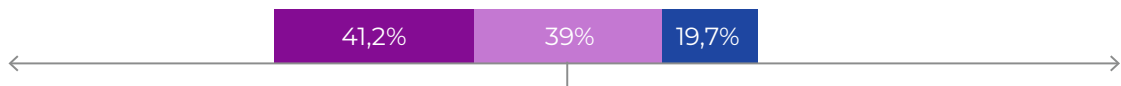
49% van de jongeren die nieuws volgen via sociale media, gaat ermee akkoord dat dit hen **helpt mee te zijn met wat er in de wereld gebeurt**. 47% vindt dat nieuws op sociale media **vaker aansluit bij hun interesse**. Ook

gaat 30% ermee akkoord dat sociale media hun **andere meningen** over de actualiteit tonen, die ze niet 'in het (traditionele) nieuws' zien terugkomen.

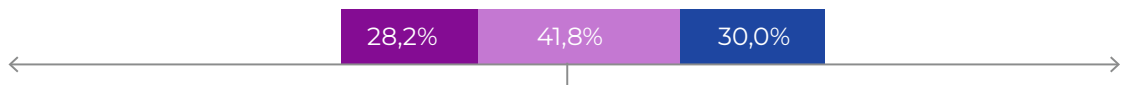
Ik vind op sociale media vaker nieuws dat aansluit bij mijn interesses



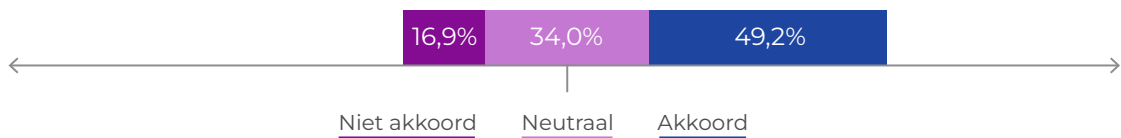
Influencers of content creators op sociale media zijn een belangrijke bron van nieuws voor mij.



Sociale media tonen mij andere meningen over de actualiteit die ik in het nieuws niet zie terugkomen.

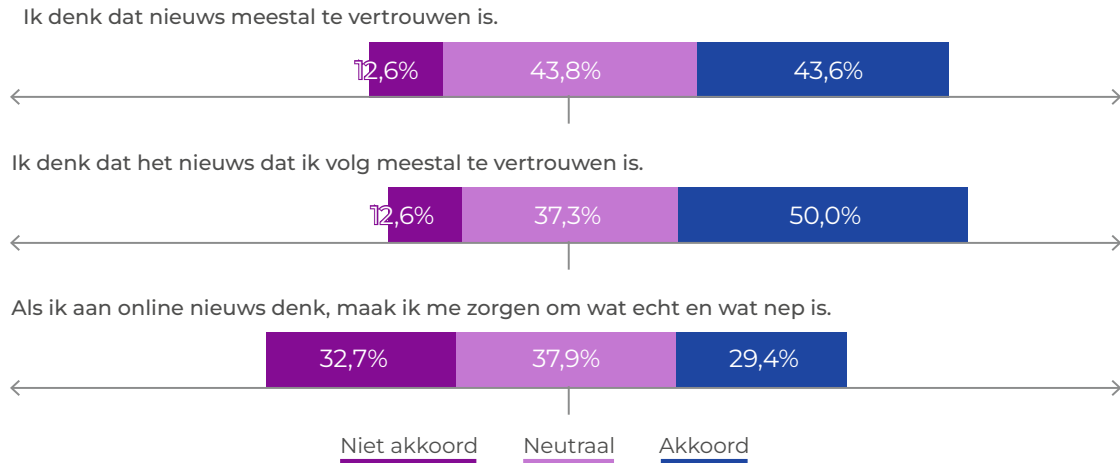


Het is vooral dankzij sociale media dat ik mee ben met wat er in de wereld gebeurt.



Grafiek 24: Antwoorden van jongeren die nieuws volgen via sociale media (N=582) op stellingen over nieuws op sociale media.

Vertrouwen in nieuws



Grafiek 25: Antwoorden van jongeren (Nmin=697) op stellingen over vertrouwen in nieuws.

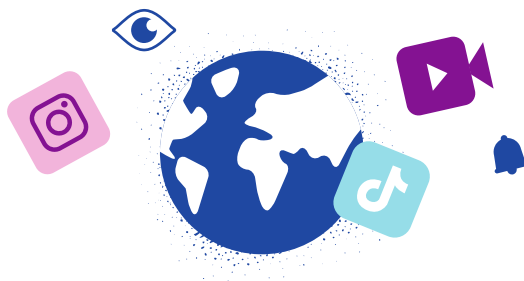
We zien dat het **vertrouwen van jongeren in nieuws is toegenomen** ten opzichte van de vorige editie: 44% is akkoord dat nieuws meestal te vertrouwen is, tegenover 31% bij de vorige Apenstaartjaren-meting. Tegelijk is het aandeel jongeren dat niet akkoord gaat met die stelling gedaald van 21% naar 13%. Net als bij de vorige editie blijven **jongeren meer vertrouwen hebben in de nieuwsbronnen die ze zelf volgen**, bijvoorbeeld via Instagram. Ook in de klasgesprekken kwam dit naar voren, en haalden ze nws.nws.nws aan als voorbeeld van een betrouwbare bron.

Tegelijkertijd blijft er onzekerheid bestaan. 29% van de jongeren geeft aan dat ze zich zorgen maken om wat echt en nep is bij online nieuws. Uit de klasgesprekken blijkt dat ze zich vooral zorgen maken over de content die ze tegenkomen via TikTok en over de rol van GenAI in de echtheid van deze foto's en filmpjes.

"De kwaliteit van AI beelden gaat wel echt snel omhoog. Maar je merkt het wel soms nog dat het vals is doordat er 'rare dingen' gebeuren in de video."
(Robbe, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)

Wanneer jongeren twijfelen, controleren ze de comments bij de video of vergelijken ze de informatie met andere nieuwsbronnen. Deze strategieën kwamen ook naar voren in andere recente onderzoeken, zoals het Represent 2.0-onderzoek van StampMedia en de Nieuwsbarometer.

"Meestal herken ik deepfakes wel en anders kijk ik wat de comments erover zeggen."
(Aniek, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)



ONLINE VEILIGHEID

Dit thema werd enkel bevraagd bij tieners en jongeren.

Welke bezorgdheden over online veiligheid leven er?

Net als in de vorige editie vroegen we **tieners** en **jongeren** in welke mate en op welk vlak ze bezorgd zijn over hun eigen online veiligheid. Over de verschillende risico's heen zien we dat nog steeds een hele groep tieners en jongeren aangeeft **(eerder) onbezorgd te zijn**.

Deze editie bevatte voor het eerst ook de vraag over bezorgdheid over het **verlies van toegang tot online accounts door hacking**. Dit blijkt voor zowel tieners als jongeren de **grootste bezorgdheid**. Zo vertelt Emma (12 jaar):

“Ik vind het eigenlijk niet leuk dat wij ons moeten beschermen tegen al die dingen, zoals hackers. Maar ik heb veel bijgeleerd op school over mezelf beschermen online. Daardoor ben ik me ook echt anders gaan gedragen.”

In de klassengesprekken noemen tieners en jongeren veiligheid en beveiliging van gegevens vaak in relatie tot hun Roblox accounts. Dit komt door een aanpassing in de chatfunctie van Roblox. Sinds begin januari 2026 hanteert Roblox een ‘age check’ om de leeftijd van gebruikers in te schatten en zo te bepalen met welke leeftijdsgroepen ze mogen chatten. Om de chatfunctie volledig te kunnen blijven gebruiken, moeten spelers een gezichtsscan uitvoeren. In de klasgesprekken uiten ze hierover veel verontwaardiging, vooral vanwege verkeerd ingeschatte leeftijden. Sommigen raakten daardoor het contact met online vrienden kwijt, omdat hun (al dan niet correcte) ingeschatte leeftijd niet aansloot bij hun vrienden.

“De chatbeveiliging op Roblox werkt niet goed, ze schatten mij 18 jaar en ik ben 11 jaar.”
(Kishna, 11 jaar)

“Ik werd ingeschat als 8 jaar en toen heb ik mijn account verwijderd, en mij opnieuw aangemeld want tja... ik ben 12 jaar.”
(Jacob, 12 jaar)

Verschillende deelnemers in de klassengesprekken zijn **bezorgd over de privacy en datadeling** bij deze **Roblox-chatfunctie**:

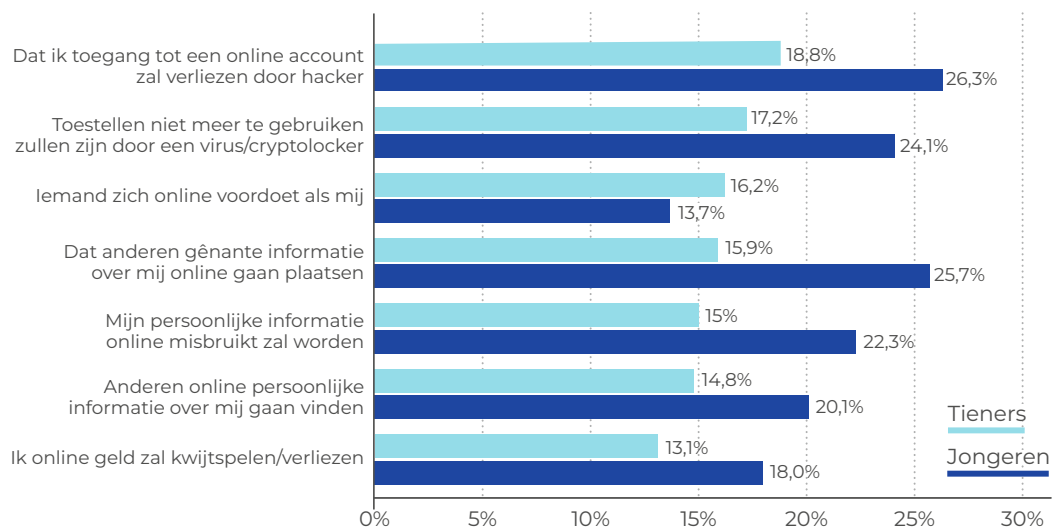
“Mijn papa en ik hebben erover gepraat, want je weet niet wat ze met zo'n foto doen ...”
(Herman, 12 jaar)

“Het delen van je gezicht voor Roblox is wel lastig, want je weet niet wat ze er mee doen en het bedrijf dat de gezichtsherkenning doet is ook aangeklaagd.”
(Jonas, 11 jaar)

Verder zien we bij **jongeren** dat 1 op 4 zich zorgen maakt dat anderen **gênante informatie van hen online zullen delen**. Tijdens de klasgesprekken bleek dat deze bezorgdheid vaak gericht is op hun **ouders**, die foto's van hen delen via Facebook of Instagram, zonder hun medeweten, inspraak of toestemming. We moeten deze bevinding interpreteren met de kanttekening dat het online delen van persoonlijke informatie door ouders zowel de kinderen als de ouders kwetsbaarder kan maken voor cybercriminaliteit.

“Mijn mama zet foto's van ons in bad op Facebook en ze haalt het er niet af als ik zeg dat ik het niet leuk vind.”
(Sarah, 11 jaar)

“Als mijn vader foto's online zet van vakantie vind ik dat wel vervelend. Ik zeg dan wel dat hij dat de volgende keer moet vragen, maar hij vraagt dat niet.”
(Esmé, 15 jaar, arbeidsmarktfinaliteit)



Grafiek 26: Bezorgdheden over online veiligheid (% akkoord) bij tieners (N=225) en jongeren (N=752)

Daarnaast vrezen **jongeren en tieners** ook dat hun toestel **onbruikbaar wordt door een virus of cryptolocker**. Bij **tieners** leeft ook de bezorgdheid dat **iemand zich online zal voordoen als hen**. Bij jongeren scoort deze bezorgdheid dat iemand zich zal voordoen als hen

het laagst (64% is hier niet bezorgd over), dit ondanks dat er meer mogelijkheden zijn, via AI, dat dit juist wel gebeurt. In de grafiek hierboven blijkt heel duidelijk dat de bezorgdheden veranderen met de leeftijd.



Phishing en andere kwalen

Met welke vormen van cybercriminaliteit worden jongeren geconfronteerd? We polsten naar welke situaties **tieners** en **jongeren** hebben meegemaakt in het jaar voor de bevraging. Belangrijk hierbij: het hoeft niet te betekenen dat ze er echt slachtoffer van zijn geworden.

Net als in de vorige editie blijft **phishing** de meest voorkomende vorm van online oplichting bij tieners en jongeren waar ze het afgelopen jaar mee in aanraking kwamen. Tieners en jongeren gaven in de klasgesprekken voorbeelden over mensen in hun omgeving of hoe ze zelf phishing vermeden hebben:

"Ik had ooit eens een mevrouw die mij belde en zei dat ze bij ING werkte. En ze wou mijn bankrekeningnummer hebben."

(Jonathan, 11 jaar)

"Mijn tante heeft een keer een bericht gehad op WhatsApp over een cadeautje dat ze zagezegd moest kopen. Daarbij is ze wel geld verloren."

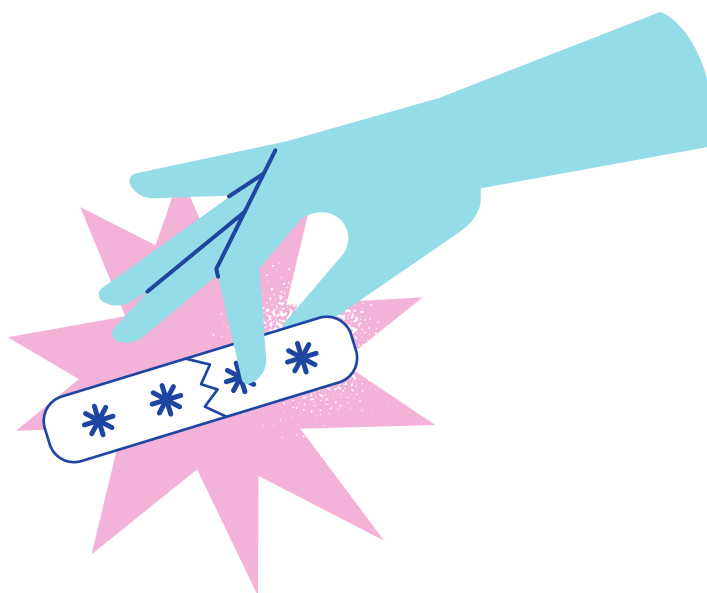
(Harry, 14 jaar, doorstroomfinaliteit)

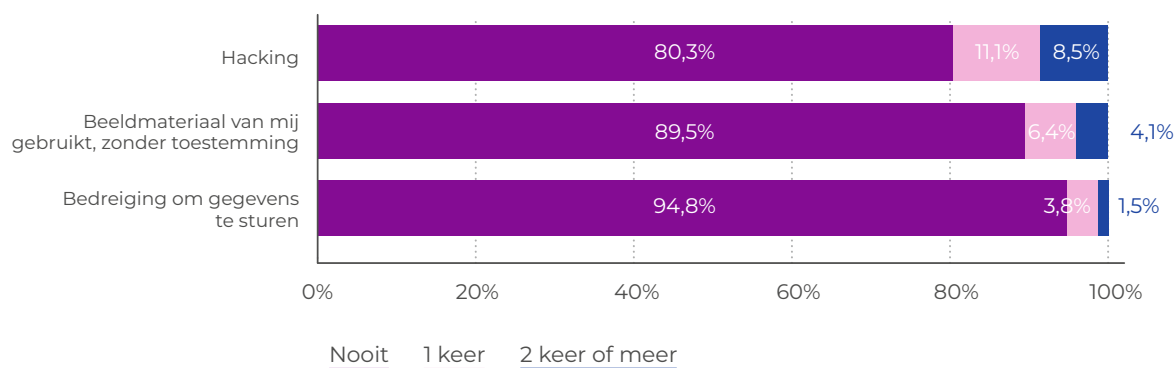
Misschien zijn er wel signalen van beterschap?: waar in de vorige editie 2 op 5 jongeren aangaven het afge-

lopen jaar met phishing in contact te zijn gekomen, daalt dit aandeel nu naar 1 op 4. Ook de frequentie lijkt af te nemen ten opzichte van de vorige editie: het aantal jongeren dat het afgelopen jaar twee of meer keer in contact kwam met phishing, daalde van een kwart naar slechts één op de tien. Dit is echter wat de jongeren aangeven dat ze opmerken. En de vraag blijft of dit werkelijk gedaald is of dat phishing inventiever geworden is en moeilijker op te merken?

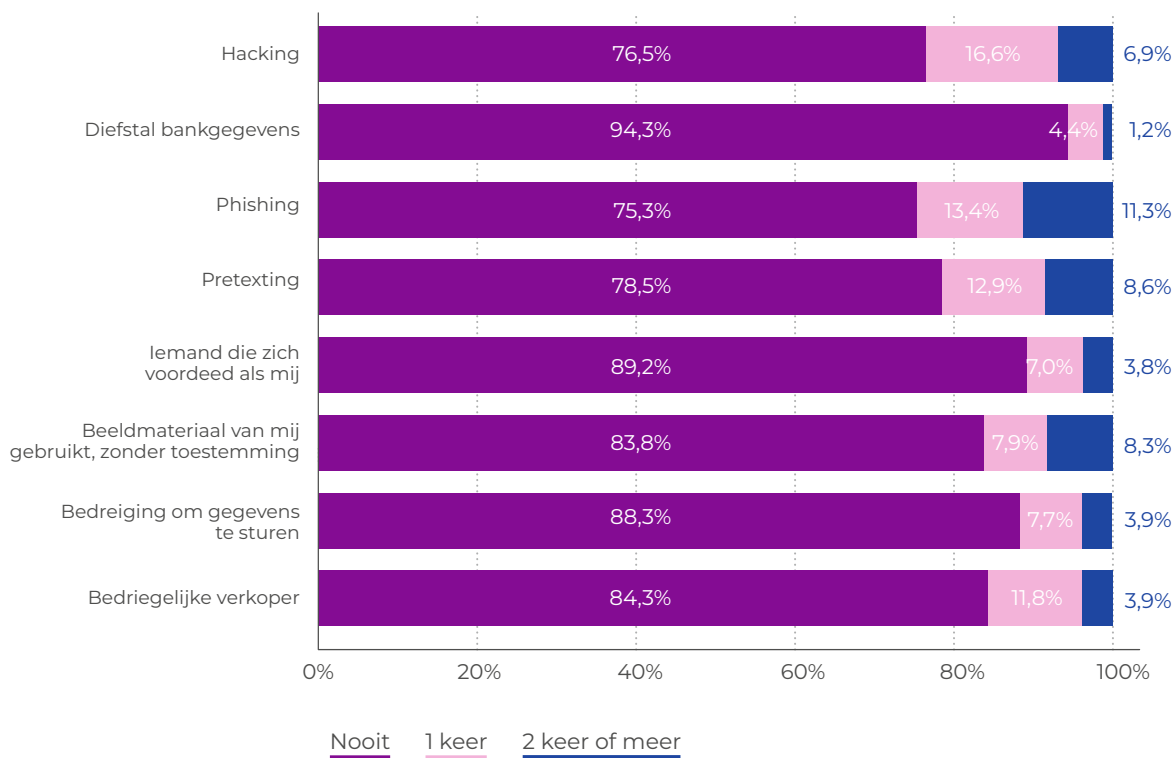
Ondanks de grote bezorgdheid bij tieners en jongeren om gehackt te worden (bij de bezorgdheden bevroegd als toegang tot online account verliezen) werd 8 op 10 **tieners** in het voorbije jaar niet **gehackt**. In tegenstelling tot de tieners kwam hacking bij **jongeren** wél iets vaker voor. Als we naar hun bredere ervaring kijken, dus niet enkel naar het voorbije jaar, heeft 18% van de jongeren ooit al de toegang tot hun account verloren door hacking, terwijl 15% niet weet of dit hen is overkomen.

'**Pretexting**' is een vorm van online oplichting waarbij 'iemand een verhaal verzint om vertrouwelijke informatie te verkrijgen zoals wachtwoorden, gebruikersnamen of financiële gegevens'. Pretexting kwam bij zo'n 1 op 5 **jongeren** voor in het afgelopen jaar.





Grafiek 27a: Hoe vaak zijn tieners (N=228) in het voorbije jaar vormen van online oplichting tegengekomen?



Grafiek 27b: Hoe vaak zijn jongeren (N=756) in het voorbije jaar vormen van online oplichting tegengekomen?

Hoe beschermen jongeren zichzelf online?

Om **veilig te mailen en te surfen** op het internet **controleren jongeren**⁴⁰ de **afzender** van berichten (53%), **melden ze verdachte mails of berichten** (40%) of gebruiken ze een **veilige internetverbinding** (33%). Verder geeft meer dan driekwart van de jongeren (77%) aan dat ze een **sterk wachtwoord** kiezen, en gebruikt 40% **tweestapsverificatie**. Naast een overgrote meerderheid die een of meer strategieën gebruikt op het vlak van wachtwoorden, past 15% geen enkele strategie toe. Een **nuance** bij deze cijfers is dat veel toestellen en applicaties automatisch enkele veiligheidsmaatregelen activeren. Zo ben je vaak verplicht om een lang wachtwoord met verschillende soorten tekens in te stellen. Maar aandacht voor extra beveiligingsstrategieën is zeker nog welkom, zoals het instellen van een tweestapsverificatie.

Meer dan 70% van de jongeren probeert **persoonlijke gegevens** te **beschermen** door **geen gevoelige informatie** door te geven. Daarnaast googlet 41% soms hun eigen naam om te zien wat er over hen te vinden is op het internet. 36% van de jongeren **accepteert geen cookies**. 15% van de jongeren gebruikt geen van deze strategieën om hun persoonlijke gegevens te beschermen.

Om **toestellen veilig te houden, vergrendelt** de meerderheid van de jongeren hun toestellen. Ze ontgren-

delen deze via een **figuur- of pincode** (68%) of via biometrische data (62%). Bij de helft (53%) vergrendelen toestellen vanzelf wanneer ze niet gebruikt worden. De meerderheid (60%) downloadt ook enkel apps uit officiële appwinkels zoals de App Store of Play Store. Opnieuw past 12% geen enkele van de strategieën toe om hun toestellen veilig te houden.

Heel wat jongeren met een **socialmedia-account** weten hoe ze die moeten verwijderen (69%) en hoe ze hun **profiel op privé** kunnen **zetten** (69%). Sommige jongeren (13%) kunnen wel nog een duwtje in de rug gebruiken wat betreft kennis op vlak van gegevensbescherming op sociale media. Ze geven namelijk aan geen van deze dingen te weten.

De meerderheid van de jongeren (64%) **deelde** het afgelopen jaar **een wachtwoord** met een naaste. Vaak zijn dit ouders of een voogd (44%), maar ook broers en zussen (21%) en vrienden (16%) worden wel eens in vertrouwen genomen. Ruim een derde (36%) van de jongeren gaf aan geen wachtwoorden te hebben gedeeld het voorbije jaar, zo ook Mohammed (10 jaar, aangesloten bij een kinderwerking):

“Mijn wachtwoord is supergeheim, ik zeg dat tegen niemand. Als mensen mijn wachtwoord vragen, geef ik een fake wachtwoord.”

Veilig mailen en surfen (N=747)

Ik controleer de afzender van berichten of mails	53,2%
Ik meld berichten of mails die verdacht zijn (bv. reclame, vreemde links...)	39,6%
Ik gebruik een veilige internetverbinding (zoals een VPN)	32,9%
Ik controleer soms mijn spam-instellingen	30,9%
Ik surf soms in incognito-modus	17,2%

Wachtwoordbescherming (N=745)	
Ik gebruik een sterk wachtwoord (met hoofdletters, kleine letters, cijfers en tekens)	77,6%
Ik gebruik tweestapsverificatie (bv. ik krijg een extra code op mijn gsm als ik wil inloggen)	39,5%
Ik gebruik voor elke site of app een ander wachtwoord	23,8%
Ik gebruik een wachtwoordzin met vier of meer woorden	21,6%
Bescherming persoonlijke gegevens (N=745)	
Ik geef geen gevoelige info door (zoals wachtwoorden, foto's, persoonlijke of bankgegevens).	72,1%
Ik google soms mijn eigen naam om te zien wat er over mij te vinden is.	41,2%
Ik klik niet zomaar op 'alles accepteren' bij cookies.	36,4%
Ik bekijk de privacy-instellingen van apps, zeker als ik ze voor het eerst gebruik.	35,9%
Bescherming toestel (N=745)	
Ik gebruik een figuur- of pincode om mijn toestel te ontgrendelen.	68,2%
Ik download alleen apps uit de officiële appwinkel (zoals App Store of Play Store).	60,5%
Ik gebruik vingerafdruk- of gezichtsherkenning om mijn toestel en/of apps te ontgrendelen.	62,2%
Mijn smartphone of tablet vergrendelt vanzelf als ik hem even niet gebruik.	52,4%
Ik installeer updates zodra ze beschikbaar zijn.	42,6%
Ik heb een programma op mijn computer of tablet dat virussen of malware tegenhoudt.	30,3%

Tabel 21: Strategieën die jongeren gebruiken om zich online te beschermen

Bezorgdheden over online veiligheid delen?

Wanneer je met vragen zit of zorgen hebt over iets moeilijks of vervelends dat je hebt meegemaakt op het internet, is het fijn als je ze aan iemand kan stellen. De meerderheid van de **jongeren** kan met hun vragen over online veiligheid terecht bij hun ouders (63%). Ook andere zorgfiguren, goede vrienden of klasgenoten scoren goed. **Toch zegt 1 op 10 jongeren hiervoor nergens terecht te kunnen.**

Hoewel jongeren aangeven les te krijgen over online veiligheid, zegt slechts een kwart van hen dat ze bij een leraar terecht kunnen met vragen over online veiligheid. Opmerkelijk is dat 1 op 3 jongeren **op het internet op zoek gaat** naar antwoorden op hun vragen. Dit kan zowel positief als negatief zijn, afhankelijk van de soort website en de betrouwbaarheid van de informatie.

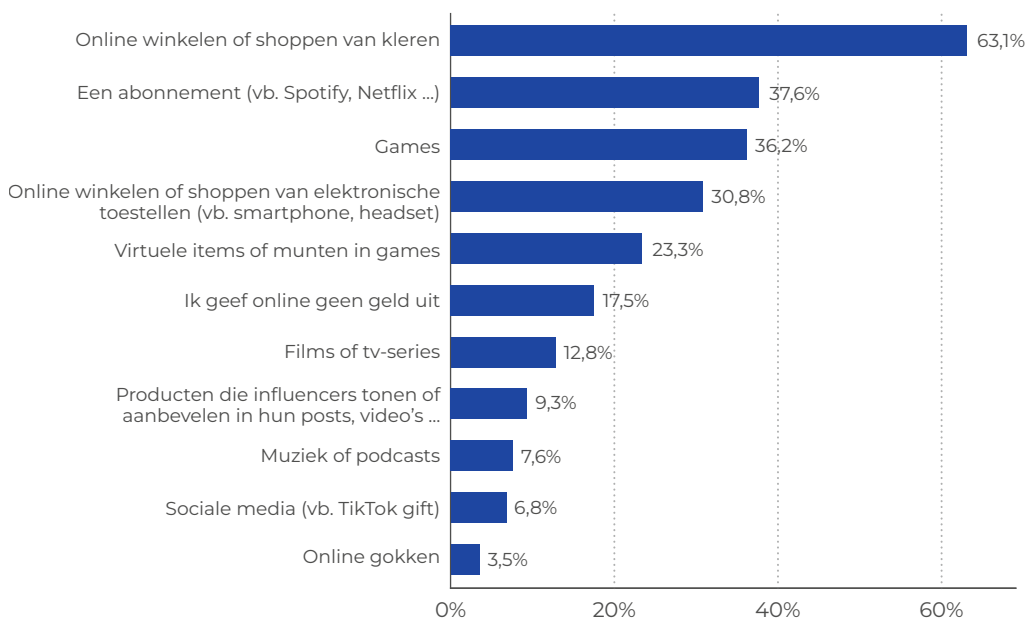
ONLINE SHOPPEN

Dit thema werd bevraagd bij jongeren.

82% van de **jongeren** gaf afgelopen jaar geld uit aan minstens één van de opgelijste dingen. Tegelijkertijd geeft 12% van de **jongeren** aan minstens **wekelijks** online te shoppen, wat geleidelijk stijgt met de **leeftijd**. Deze cijfers sluiten aan bij bevindingen uit de meest recente imec.digimeter (2025), die aantoont dat 12% van de Vlaamse 18-24-jarigen minstens wekelijks online shopt. Tegelijkertijd zien we ook dat jongeren met een lage **deprivatie** vaker online

shoppen dan jongeren met een hoge deprivatie.

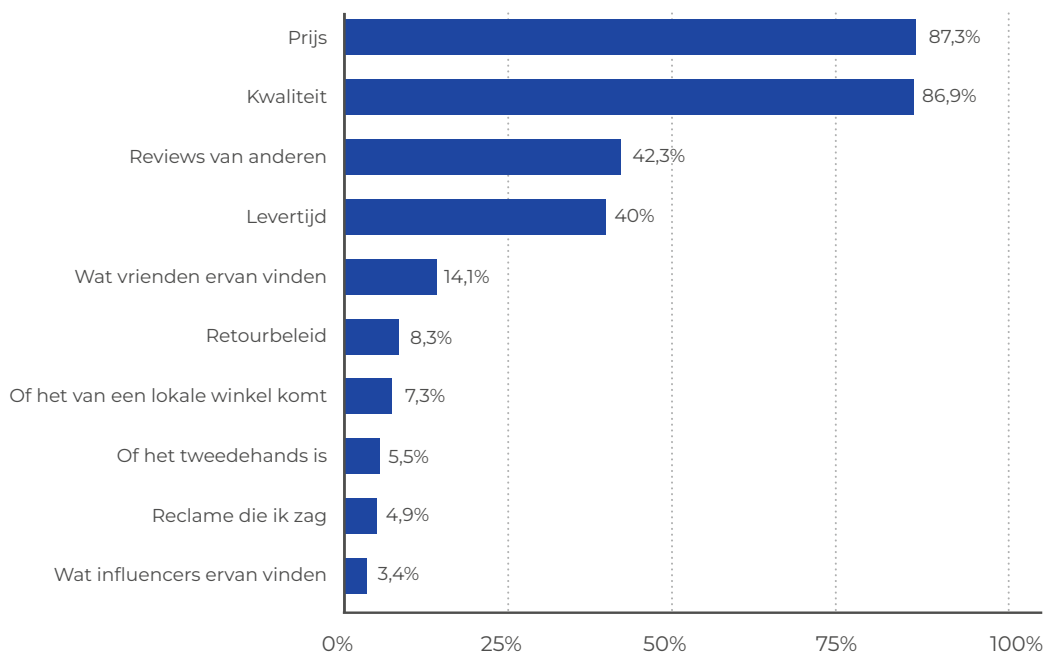
Jongeren die online aankopen doen, bleken het afgelopen jaar vooral geld uit te geven aan het kopen van **kleren** (63%), **abbonementen** (38%), **games** (36%) en **elektronische toestellen** (31%). Ook hier spelen genderverschillen, waarbij meisjes voornamelijk geld uitgaven aan kledij (76%) en jongens aan games (58%).



Grafiek 28: Waaraan gaven jongeren het afgelopen jaar (N=755) geld uit?

Waar letten jongeren op als ze online een product aankopen? We vroegen hen de top 3 zaken aan te duiden waar zij het meest op letten bij een online aankoop. Voor de meesten blijkt de **prijs** (87%) en **kwaliteit** (87%) het allerbelangrijkst. Daarnaast hechten ze ook belang aan **reviews van anderen** (42%) en **levertijd** (40%). Het gebruik van de reviews is een belangrijke reflex om jezelf te beschermen tegen aankopen bij frauduleuze webshops. Het minste waarde hechten ze aan reclame (5%) en wat influencers van het product vinden (3%).





Grafiek 29: Waarop letten jongeren (N=758) bij het aankopen van een product? Jongeren kregen de opdracht een top 3 aan te duiden.

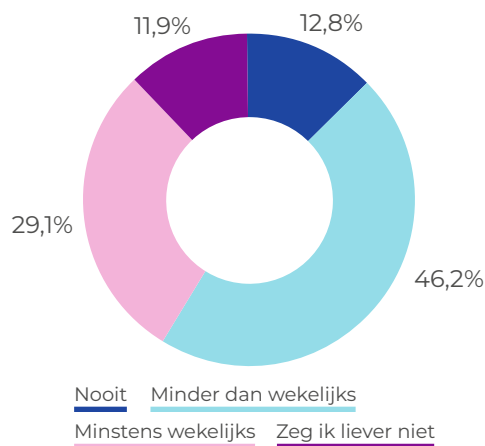
ONLINE SEKSUALITEIT

Dit thema werd enkel bevraagd bij jongeren.

Porno

Dankzij het internet is porno zeer toegankelijk geworden. Het kijken van porno kan bij ouders en volwassenen mogelijk reacties oproepen. We stelden aan **jongeren** de vraag of ze ooit al eens porno hadden gezien. Iets meer dan een derde (34%) beantwoordde deze vraag positief, de helft (52%) gaf aan (nog) niet met porno in contact te zijn gekomen. Een aantal jongeren (14%) zegt dat ze het niet weten of willen het niet vertellen.

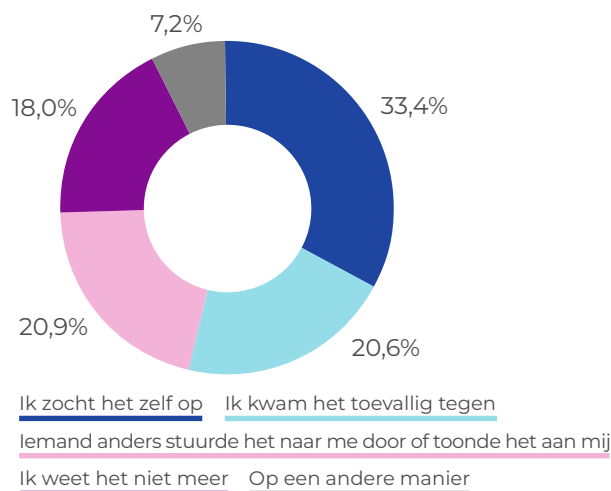
De bevraging toont aan dat **jongens** (44%) vaker aangeven dat ze al eens porno hebben gezien dan meisjes (24%), wat aansluit bij eerder onderzoek⁴¹. Het aantal jongeren dat aangeeft al eens porno gezien te hebben, stijgt doorheen de graden van het middelbaar.



Grafiek 30: Hoeveel keer zagen jongeren die al eens porno zagen (N=241), porno in het voorbije jaar?

Wie aangaf al eens porno te hebben gezien, kreeg ook de vraag **hoeveel keer** ze porno zagen in het voorbije jaar. Minder dan de helft van hen (46%) gaf aan dat ze maandelijks of minder dan maandelijks naar porno keken, bij 29% bleek dit minstens wekelijks het geval. Van degenen die ooit al porno hadden gezien, gaf 13% aan dat dit niet het voorbije jaar was. 12% praatte er liever niet over. Ook hier zien we opnieuw een genderverschil: **jongens** kijken vaker naar porno dan meisjes. 41% van de jongens die aangeeft al eens porno te hebben gekeken, deed dit het afgelopen jaar **wekelijks** (tegenover 6% van de meisjes).

Hoe komen jongeren in contact met porno? De eerste keer dat ze het zagen, zocht een derde (33%) het zelf op. Anderen kwamen het toevallig tegen (bijvoorbeeld op sociale media of het internet) (21%) of kregen het doorgestuurd (21%). Jongens (37%) kwamen vaker voor de eerste keer in contact met porno door het op te zoeken dan meisjes (27%), en leken het ook vaker doorgestuurd te krijgen.



Grafiek 31: Hoe keken jongeren die al eens porno zagen (N=239) voor het eerst porno?

In de klasgesprekken was het niet vanzelfsprekend voor onderzoekers en jongeren om te praten over porno. Zeker aangezien de leerkracht vaak aanwezig was. Toch spraken enkele jongeren erover als 'rare dingen' die ze zien, of door aan te geven dat ze liever 'dat soort beelden niet meer zien'. Adam (15 jaar, dubbele finaliteit) vertelt bijvoorbeeld dat het in periodes voorkomt dat hij 'die beelden' ziet of ontvangt.

Sexting

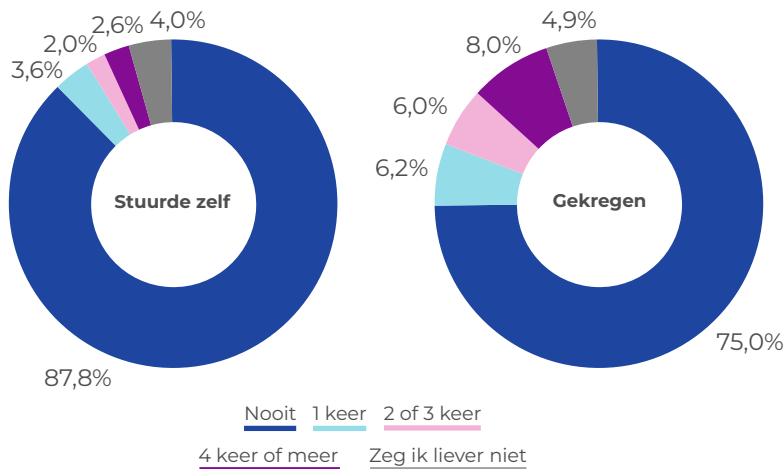
Sexting staat volgens Child Focus voor de uitwisseling van seksueel getinte berichten, foto's of video's via digitale media. Op zich hoort dit bij de seksuele ontwikkeling van jongeren. Sexting wordt grensoverschrijdend wanneer er druk wordt toegepast, wanneer beelden worden opgedrongen zonder dat dit gewenst is, of wanneer andermans beelden worden doorgestuurd zonder toestemming.

Bijna 1 op 10⁴² bevroegde jongeren heeft het voorbije jaar seksueel getinte foto's of video's **van zichzelf gemaakt en naar anderen verstuurd**. 4% wil hierover liever niet vertellen. Iets meer dan de helft (54%) van deze jongeren geeft aan dat ze zichzelf op foto's of video's onherkenbaar maken. Jongens en meisjes doen dat ongeveer even vaak.

De cijfers over het ontvangen van seksueel getinte foto's of video's liggen hoger: 1 op 5 kreeg al een seksueel getinte foto of video van anderen, terwijl 5% hier liever niet over wil praten. Jongens en meisjes ontvangen ongeveer even vaak seksuele content.

⁴¹ Yu, C., Kågsten, A. E., De Meyer, S., Moreau, C., van Reeuwijk, M., & Lou, C. (2021). Pornography Use and Perceived Gender Norms Among Young Adolescents in Urban Poor Environments: A Cross-site Study. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*, 69(1S), S31–S38.

⁴² Ter info: vorige editie was dat 5% van de jongeren die in de afgelopen twee maanden seksueel getinte beelden maakten en verstuurden. Doordat het tijds kader in de vorige editie kleiner was dan binnen de huidige bevraging, mogen we deze twee waarden niet rechtstreeks met elkaar vergelijken.



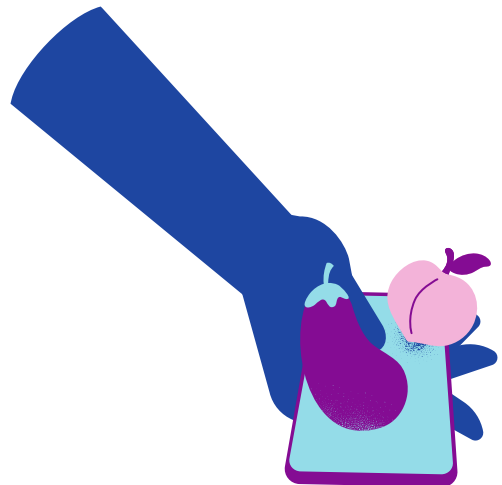
Grafiek 32: Hoe vaak stuurden en kregen jongeren (N=709) in het voorbije jaar een seksueel getinte foto of video?

Niet alle sexting is echter gewenst of wederzijds. Driekwart van de ontvangers geeft aan dat ze het afgelopen jaar ook beelden kregen waar ze niet om hadden gevraagd. Daarnaast kreeg 1 op de 5 jongeren in het afgelopen jaar een seksueel getinte foto of video **te zien of doorgestuurd van iemand, zonder dat de afgebeelde persoon daarvan op de hoogte was. Dit zijn vormen van grensoverschrijdende sexting die strafbaar zijn.**

Tijdens de klasgesprekken bleek dat dit onderwerp sterk leeft onder jongeren: hoewel de interviewer dit thema bewust niet expliciet aanhaalde, begonnen de jongeren er vaak zelf over. Zij deelden ervaringen over hoe ze omgaan met dit soort berichten.

“Na het ontvangen van een bericht met ongevraagde naaktbeelden, vroeg ik aan de persoon om het beeld te verwijderen en om mij dit niet meer te sturen. Ook rapporteerde en blokkeerde ik de persoon die mij dat had doorgestuurd.”
(Marie, 16 jaar, dubbele finaliteit)

“Ik had een vriendje en die vroeg sexy foto's en ik stuurde die. Mijn ouders waren heel boos en ik heb het dan uitgemaakt met die vriend. Nu ben ik vier dagen met een ander liefje samen en die heeft gelukkig nog geen foto's gevraagd.”
(Alyssa, 14 jaar, volgt onderwijs in BuSO)



Digitale uitdagingen

Digitaal mediagebruik brengt rust en ontspanning, maar kan tegelijk ook druk geven. Jongeren schakelen tussen die ervaringen en zoeken zelf naar manieren om de balans te bewaren. Hoewel hun mediagebruik vaak gezien wordt als een bron van problemen, zit

hun digitaal welzijn over het algemeen wel goed. Toch mogen we onze ogen niet sluiten voor eventuele risico's. Het blijft dus essentieel om digitale uitdagingen te bevragen, met oog voor nuance in de interpretatie.

DIGITALE ONTKOPPELING

Dit thema werd bevraagd bij tieners en jongeren.

Tijdverlies, afleiding en focus

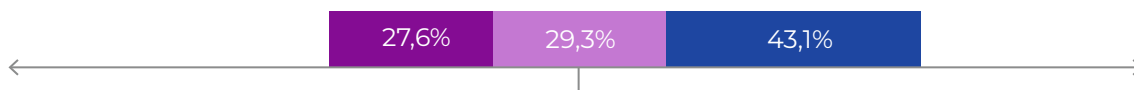
43% van de **jongeren** geeft aan dat ze het gevoel hebben dat ze vaak tijd verliezen op hun smartphone. Een kwart van de jongeren onderbreekt vaak wat ze aan het doen zijn als ze een melding krijgen op hun telefoon (29%). Evenveel jongeren voelen zich moe door lang naar een scherm te kijken (25%). De algemene tendens is dat **tieners** deze klachten minder rapporteren dan **jongeren** (wat logisch is, want zij hebben ook vaker geen smartphone met data). Enkel 'vaak zeggen mensen iets gemeen tegen mij wanneer

ik online ben' wordt vaker door tieners gerapporteerd dan door jongeren.

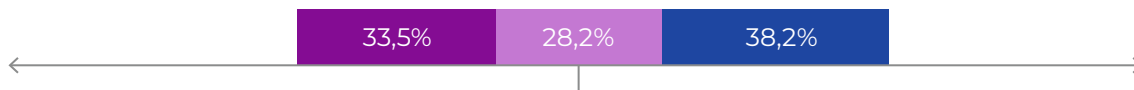
De meest negatieve ervaringen worden door heel wat minder jongeren ervaren. 8 op de 10 jongeren zijn het er niet mee eens dat mensen online vaak iets gemeens tegen hen zeggen. Ook voelt 6 op 10 jongeren zich niet slecht wanneer ze op sociale media zien wat anderen allemaal doen en bezitten. Meer meisjes dan jongens rapporteren dat ze hier moeite mee hebben.



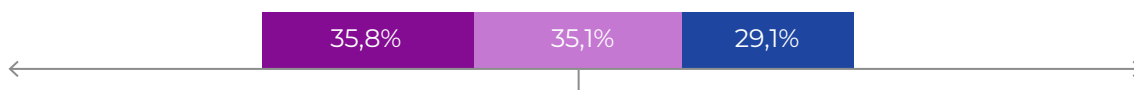
Ik verlies vaak tijd op mijn telefoon, zelfs als ik schoolwerk of iets anders te doen heb.



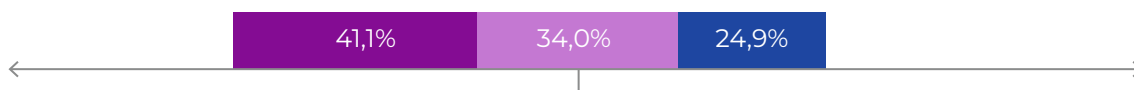
Ik voel me vaak zenuwwachtig wanneer ik na school nog berichten (over taken, punten, ...) krijg van mijn leerkracht.



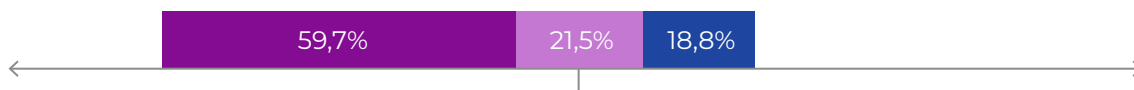
Ik onderbreek vaak wat ik aan het doen ben wanneer ik een melding krijg op mijn telefoon.



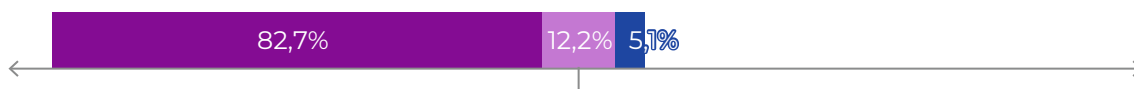
Ik voel me vaak moe wanneer ik lang naar mijn scherm kijk.



Ik voel me vaak slecht wanneer ik op sociale media zie wat anderen allemaal doen of hebben.



Vaak zeggen mensen iets gemeen tegen mij wanneer ik online ben.



Niet akkoord Neutraal Akkoord

Grafiek 33: Antwoorden van jongeren (N=764) op stellingen rond afleiding en focus

Nemen jongeren maatregelen om hun schermtijd te beperken?

Dit thema werd bevraagd bij jongeren.

Waar de schermtijd van kinderen vooral door hun ouders wordt bepaald, zien we dat **jongeren** hierin zelf verantwoordelijkheid opnemen. Uit de interviews blijkt dat jongeren steeds vaker bewuste keuzes proberen te maken om minder druk te voelen om hun smartphone te gebruiken. Dit doen ze bijvoorbeeld door bewust bepaalde activiteiten **offline** te doen.

“Ik heb mijn tijd online vervangen door de kapsels van vriendinnen te doen. Zo zit ik niet te veel op mijn GSM.”

(Magda, 15 jaar, dubbele finaliteit)

“Ik zoek een hobby om ervoor te zorgen dat ik minder online ben.”

(Lena, 16 jaar, dubbele finaliteit)

36% van de jongeren gaat **niet akkoord** met de stelling stappen te ondernemen om hun schermtijd te beperken. 27% gaat hier wel mee akkoord. Meer dan de helft van de jongeren probeert hun **smartphonegebruik tijdelijk te verminderen**. 6 op de 10 jongeren onderneemt hiervoor maatregelen, zoals de smartphone op stil of op trillen te zetten om minder gestoord te worden.

Een permanente aanpak komt minder voor, maar nog steeds probeert 1 op de 5 jongeren structureel hun smartphone minder te gebruiken en probeert 2 op de 5 jongeren hun smartphone structureel minder storend te maken door bijvoorbeeld meldingen uit te schakelen.

“Ik heb Snapchat verwijderd want je krijgt de hele tijd meldingen, van ‘streaks’ en om berichten terug te sturen. Ik was dat eigenlijk wel beu.”
(Astrid, 17 jaar, doorstroomfinaliteit)

Ook in de klasgesprekken vertellen de **jongeren** over de verschillende technieken die zij inzetten, vooral om het socialemediagebruik tijdens het studeren in te perken. Daarbij maken ze gebruik van **timers**, of **apps** zoals Forest (waarbij er een boompje groeit zolang je je telefoon niet gebruikt). Anderen gaan nog een stap verder en stellen een waarschuwing in wanneer ze zichzelf meer schermtijd geven dan voorzien.

“Ik stelde vroeger in dat ik een melding kreeg als ik zoveel uur op een app zat. Dit vond ik dus al snel irritant en ik maakte daardoor minder gebruik van een app om een melding te voorkomen.”
(Nadia, 16 jaar, dubbele finaliteit)

38% van de jongeren legt zichzelf regels op over schermtijd **op specifieke momenten (bijvoorbeeld geen smartphone voor het slapengaan)**, terwijl regels over schermtijd op **specifieke plekken (bijvoorbeeld geen smartphone in de woonkamer)** minder vaak voorkomen (20%). Een kwart van de jongeren heeft **afspraken met vrienden** over schermtijd wanneer ze samen zijn.



Ik maakte mijn smartphone tijdelijk minder storend	60,1%
Ik verminderde tijdelijk mijn smartphonegebruik	51,1%
Ik veranderde de functies van mijn smartphone, om die permanent minder storend te maken	40,3%
Ik leg mezelf regels op over schermtijd op specifieke momenten	38,1%
Ik verminderde tijdelijk het gebruik van een specifieke app	34,2%
Ik heb met vrienden afspraken over schermtijd wanneer we samen zijn	24,9%
Ik verminderde permanent het gebruik van een specifieke app	20,7%
Ik leg mezelf regels op over schermtijd op specifieke plekken	19,9%
Ik verminderde mijn smartphonegebruik permanent	19,0%

Tabel 22: Permanente en tijdelijke manieren die jongeren (Nmin=754) gebruiken om schermtijd te controleren

Jongeren kiezen vaker voor tijdelijke dan structurele maatregelen, al is het niet duidelijk of deze aanpak werkt. Slechts 3 op 10 jongeren vindt hun pogingen om hun schermtijd te controleren succesvol, terwijl een even grote groep jongeren hun pogingen niet succesvol vindt. Birgit (17 jaar, doorstroomfinaliteit) ervaaarde dat dit voor haar op een bepaald moment hielp, al kan het volgens haar nog altijd beter:

“Ik moet zeggen dat ik tijdens de examens alles van ‘de socials’ even heb verwijderd, omdat ik weet dat het nogal tijdrovend is. Dat heeft dan ook wel geholpen. Na de examens heb ik daardoor ook even geen Instagram meer en gebruik ik TikTok ook een stuk minder. Ik probeer timers op mijn telefoon te zetten, omdat ik weet van mezelf dat ik er anders te veel op zit. Ik kan het nog altijd niet super goed, maar ik probeer het wel laag te houden.”

Digitaal leren op school

Dit thema werd bevraagd bij jongeren.

Omdat schoolplatformen (zoals Smartschool, Bingel en Scoodle Play) ook buiten de schooluren een blijvende stroom aan berichten kunnen meebrengen en zo extra druk kunnen creëren, vroegen we **jongeren** naar hun gebruik en ervaringen met deze tools. Zo krijgen we beter zicht op hoe deze digitale schoolomgeving doorwerkt in hun dagelijks leven.

Voor de meeste **jongeren** zijn schoolplatformen intussen een vanzelfsprekend onderdeel van hun schoolcontext. 86% gebruikt ze minstens maandelijks en 56% zelfs dagelijks, terwijl 8% aangeeft ze nooit te gebruiken. De voortdurende verbondenheid wordt niet door iedereen op dezelfde manier ervaren. Zo geeft iets meer dan 1 op 3 jongeren aan dat ze zich vaak zenuw-

achtig voelen wanneer ze na school nog berichten van leerkrachten ontvangen. Tegelijk betekent dit ook dat de meerderheid dit niet zo ervaart of hier neutraler tegenover staat, wat erop wijst dat niet elke jongere het op dezelfde manier beleeft.

De meeste **jongeren** zijn positief over digitale leermiddelen, al denkt niet iedereen er hetzelfde over. Ongeveer de helft vindt het een goed idee, terwijl slechts een beperkte groep (12%) uitgesproken tegen is. Veel jongeren zien duidelijke voordelen: bijna 7 op 10 zegt informatie sneller terug te vinden via de laptop⁴³, en 2 op 5 voelt zich meer gemotiveerd als ze met een laptop mogen werken in plaats van op papier.

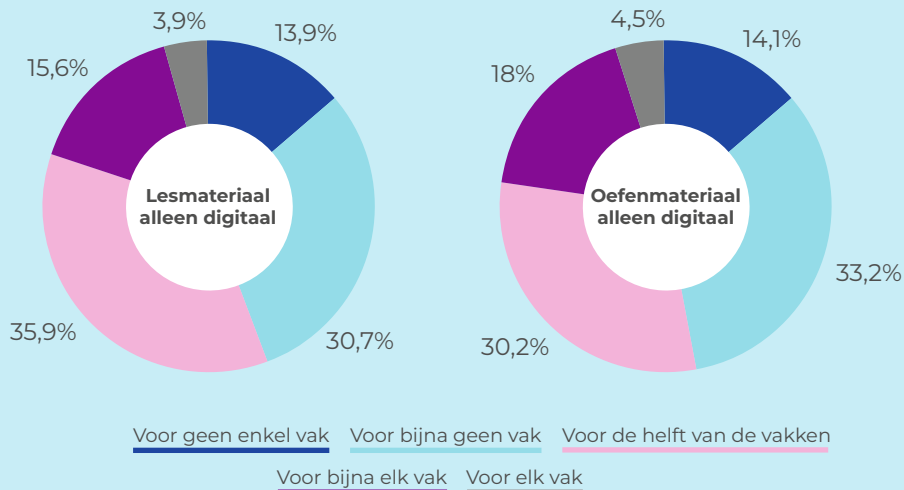
	%
Ik vind informatie vaak sneller terug op mijn laptop	66,6%
Ik vind digitale leermiddelen op school een goed idee	50,6%
Ik ben meer gemotiveerd als ik met een laptop mag werken in plaats van op papier	39,3%
Ik ben vaak afgeleid als ik een laptop voor school gebruik	17,2%
Ik ben vaak bezig met het zoeken naar hoe ik iets moet doen op de laptop	14,5%

Tabel 23: Stellingen aan jongeren (Nmin=755)s rond digitale leermiddelen.

Ook wat betreft het gebruik in de klas lijkt er voor veel **jongeren** een werkbare balans. 56% vindt de lestijd met de laptop goed zoals die is. Tegelijk geeft 1 op 3 aan liever digitaal te werken. Een kleinere groep (13%) verkiest minder laptop tijd in de les. Jongeren nemen dus geen uitgesproken ‘alles of niets’-standpunt in.

Logisch ook: niet elke jongere leert of werkt op dezelfde manier en dat zien we terug in hun voorkeur voor digitale of papieren leermiddelen: 3 op 10 jongeren kiest voor uitsluitend digitaal les- en oefenmateriaal, 46% staat hier neutraal tegenover én 1 op 4 houdt vast aan papier en wil digitale boeken afschaffen.

⁴³ Leerlingen uit de A-stroom en dubbele/doorstroomfinaliteit vinden dit vaker.



Grafiek 34: Mate waarin jongeren (Nmin=752) al dan niet digitaal werken op school.

Opvallend is dat de helft van de **jongeren** belang hecht aan keuzevrijheid. Als het aan hen ligt, willen ze in zekere mate zelf kunnen bepalen hoe en wanneer ze digitale tools inzetten binnen hun schoolcontext. Voor 16% mag de school dit zelf bepalen. Al zijn hier ook verschillen tussen de jongeren: Vooral jongeren uit de doorstroom- en dubbele finaliteit en oudere graden vinden de keuzevrijheid belangrijk. Leerlingen uit de arbeidsmarktfinaliteit zijn hier neutraler in. Meer leerlingen uit de eerste graad vinden het oké dat de school dit mee bepaalt dan de oudere graden in het secundair onderwijs.

De algemene houding tegenover digitale leermiddelen blijft eerder positief. Ongeveer de helft van de **jongeren** vindt het gebruik ervan op school een goed idee, terwijl slechts 1 op 10 zich uitgesproken negatief opstelt. Interessant is ook dat meer dan de helft niet het gevoel heeft vaker afgeleid te zijn of extra tijd te verliezen aan het uitzoeken hoe iets werkt op de laptop. Dat staat in contrast met bezorgdheden uit de academische literatuur, waar gewezen wordt op mogelijke effecten op aandacht en leesbegrip. **Jongeren** zelf lijken die nadelen echter niet of minder sterk te ervaren in hun dagelijkse schoolpraktijk.

Is er een link met neurodiversiteit?

Voor het eerst werd in Apenstaartjaren in de online vragenlijst gepeild naar de mogelijke aanwezigheid van een **leer- of ontwikkelingsstoornis** bij **jongeren**. Daarbij lag de focus bewust op jongeren die zelf aangeven dergelijke moeilijkheden te ervaren, en niet uitsluitend op jongeren met een diagnose.

Dit werd opgenomen om beter rekening te kunnen houden **met de diversiteit binnen de groep respondenten**. Onderzoek⁴⁴ suggereert namelijk dat niet alle **jongeren mediagebruik op dezelfde manier ervaren**. Jongeren met een leer- of ontwikkelingsstoornis worden in deze context als een mogelijke risicogroep beschouwd.

In onze steekproef gaf 27% van de jongeren aan mogelijk een leer- en/of ontwikkelingsstoornis te hebben.

Onder leerstoornissen verstaan we onder meer dyslexie en dyscalculie, en onder ontwikkelingsstoornissen bijvoorbeeld AD(H)D of ASS en andere vormen van neurodiversiteit. Respondenten waren niet verplicht deze vraag te beantwoorden.

De resultaten tonen geen significante verschillen tussen jongeren met en zonder een (mogelijke) leer- of ontwikkelingsstoornis wat betreft ervaren klachten rond digitaal welzijn. Ook in hun pogingen om hun schermtijd te beperken, schatten beide groepen zich ongeveer even succesvol in. Wel geven **jongeren met een (mogelijke) leer- of ontwikkelingsstoornis** vaker aan dat ze geen stappen ondernemen om hun schermtijd te beperken (42%) in vergelijking met **jongeren zonder dergelijke moeilijkheden** (33%).



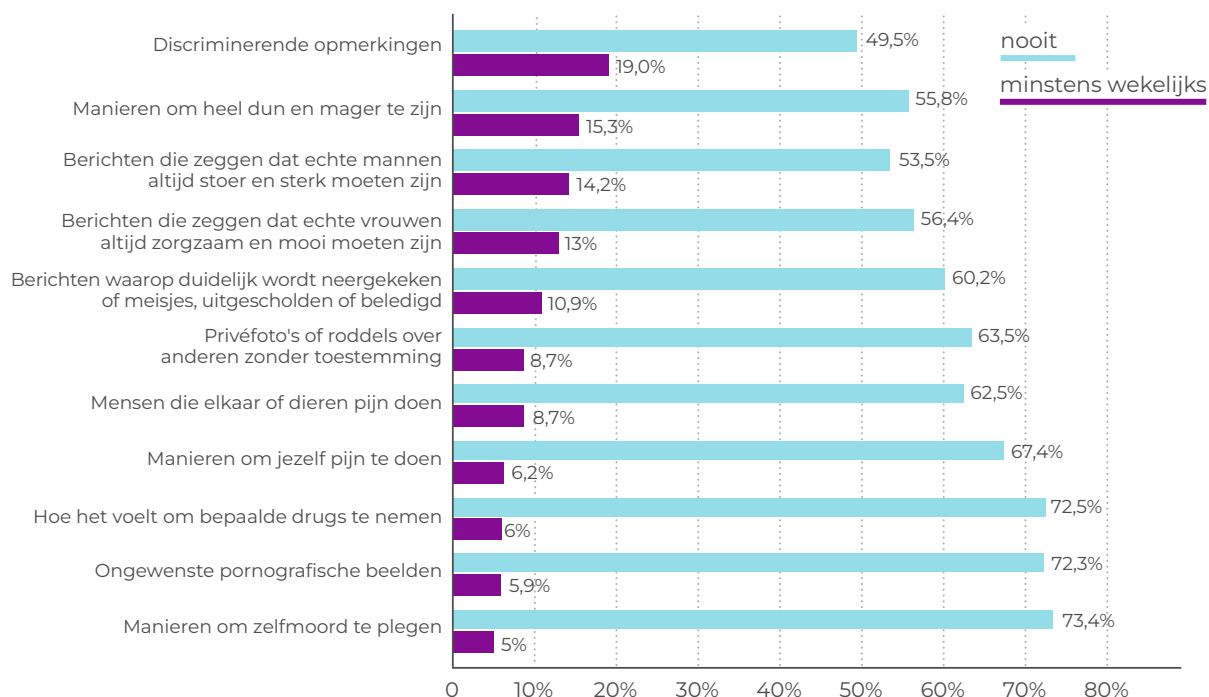
⁴⁴ Helsper, E. J., & Smahel, D. (2019). Excessive internet use by young Europeans: Psychological vulnerability and digital literacy. *Information, Communication & Society*, Volume 23, 1255–1273.

ONGEPASTE INHOUD

Dit thema werd bevraagd bij tieners en jongeren.

Een 'glow up'-video, beelden van de moord op activist Charlie Kirk of heftige beelden van de conflicten in Oekraïne, Gaza en Iran. Tijdens de klasgesprekken horen we veel voorbeelden van beelden die **jongeren** vaak ongewild tegenkomen op TikTok of Snapchat. Net als in vorige editie zien we dat bij ieder thema van

ongepaste inhoud **minstens de helft** van de jongeren aangeeft hier nooit mee **in aanraking** te komen. Wanneer jongeren wel ongepaste inhoud zien, gaat dit meestal om **discriminerende opmerkingen**: 1 op de 5 jongeren ziet dit **wekelijks**.



Grafiek 35: Manieren waarop tieners en jongeren (Nmin=932) in contact komen met ongepaste inhoud, minstens wekelijks

Daarnaast zien ook heel wat **tieners** en **jongeren** wel eens **content die genderstereotypen bevestigen**, zoals dat 'echte mannen altijd stoer en sterk moeten zijn' (14%) en dat 'echte vrouwen altijd zorgzaam en mooi moeten zijn' (13%). Ook zien ze vaak content over manieren om heel dun en mager te zijn (15%).

Van alle onderzochte ongepaste inhoud komen tieners

en jongeren het **minst in contact met ongewenste pornografische beelden**, uitleg over **hoe het voelt om bepaalde drugs te nemen** en **manieren voor zelfdoding**. Hoewel deze thema's vergeleken met de andere ongepaste inhoud het laagst scoren, gaat dit nog steeds om een aanzienlijke groep jongeren: per thema geeft ongeveer 25% aan ermee in aanraking te zijn gekomen het afgelopen jaar.

Het loont de moeite om ook hier weer te kijken naar verschillen tussen jongens en meisjes. Over het algemeen kunnen we stellen dat **meisjes** vaker ongepaste inhoud zien (of er gevoeliger voor zijn dan jongens en het dus ook meer rapporteren).

Een belangrijke nuance: uit de klasgesprekken blijkt op-nieuw (net als in vorige editie) dat **jongeren** dergelijke inhouden op het moment zelf wel heel 'erg', 'eng' of 'vies' vinden, maar ze kunnen het wel een 'plek' geven. Velen grijpen deze momenten ook aan om erover te praten met ouders, begeleiders of vrienden. En ze vinden het de verantwoordelijkheid 'van de sociale mediabedrijven' om dergelijke content op tijd te verwijderen.

Wanneer **jongeren**⁴⁵ ongepaste inhoud tegenkomen, geeft de meerderheid aan **door te swipen of verder te klikken** zodat ze 'dit niet langer hoeven te zien'⁴⁶. Er zijn ook jongeren die **actie ondernemen**: een kwart blokkeert of rapporteert het en **1 op de 5** jongeren **ontvolgt** het account dat de content verspreidt.

Toch bekijkt 1 op 4 het wel. En dat zagen we ook in de klasgesprekken. Sommige **jongeren** vertellen dat ze hun Instagram-account zo instellen dat ze meer gevoelige content te zien krijgen. Op die manier laten ze dus geweldadige content actief toe op hun feed. Dit vertelt Oskar (16 jaar, doorstroomfinaliteit):

"Op Instagram kun je je algoritme op 'heel erg heftig' zetten. Dan krijg je bijvoorbeeld mensen te zien die doodgaan."

Ik swipe of klik gewoon door.	62,3%
Ik bekijk het en denk erover na.	27,3%
Ik klik door op het account om nog meer berichten en video's te bekijken.	8,2%
Ik dislike of reageer.	11,2%
Ik stuur door naar vrienden.	10,8%
Ik praat erover met vrienden.	13,6%
Ik blokkeer of rapporteer het.	27,0%
Ik ontvolg het account.	21,3%
Ik doe iets anders.	2,6%
Ik doe geen van deze	9,1%

Tabel 24: Wat doen jongeren (N= 537) als ze in contact komen met ongepaste inhoud?

⁴⁵ Deze vraag werd enkel gesteld aan jongeren uit het secundair onderwijs die eerder aangaven ongepaste inhouden tegen te komen.

⁴⁶ Doet denken aan het concept van 'kritisch negeren' bij Nieuwsbarometer: zorgen dat ze dit in de toekomst minder te zien krijgen, omdat ze door weinig tijd en aandacht eraan te spenderen, het algoritme naar hun hand zetten.

CYBERPESTEN

Dit thema werd bevraagd bij kinderen, tieners en jongeren.

Hebben **kinderen** ervaringen met online pesten? De resultaten wijzen jammer genoeg aan dat sommigen hier al mee te maken kregen. 20% van de **kinderen** geeft aan dat iemand online **iets gemeen tegen hen zei**. Bij 16% deed iemand alsof het kind er **niet bij mocht horen** en 14% maakte al mee dat iemand **iets over hen schreef wat ze niet fijn vonden**. Zo herkent Maya (8 jaar, aangesloten bij een kinderwerking) de situatie waarbij ze haatcomments leest bij haar filmpjes:

**“Als ik haatcomments lees bij mijn filmpjes,
zegt mijn mama: ‘Je moet daar niet
naar luisteren.’”**



Ik zag iets op een scherm dat me liet schrikken	46,1%
Ik zag iets waardoor ik verdrietig werd	36,0%
Ik zag dat iemand werd uitgelachen of gepest	30,8%
Iemand zei iets gemeens tegen mij	19,8%
Iemand schreef iets over mij dat ik niet leuk vond	13,8%
Iemand deed alsof ik er niet bij mocht horen	15,9%
Iemand heeft mij online gepest	12,3%

Tabel 25: Ervaringen cyberpesten bij kinderen (N=1606) bij anderen of zichzelf.

Bij **tieners en jongeren** bevroegen we dit onderwerp uitgebreider. 30% geeft aan dat iemand hen het afgelopen jaar heeft proberen kwetsen online.

Bij 1 op 10 gebeurde dit **frequent** (minstens maandelijks). 5% zegt hier liever niets over.

zei gemene dingen TEGEN mij online	58,3%
zei gemene dingen OVER mij tegen anderen online	50,3%
bedreigde mij online	16,2%
deed zich online voor als mij	10,4%
deelde persoonlijke informatie van mij online	12,4%
deelde beschamende filmpjes of foto's van mij online	16,9%
deelde een deepfake over mij	5,9%
sloot me online uit	20,2%
negeerde me online	29,3%
verspreidde roddels over mij online	24,2%
Iets anders, namelijk:	6,7%
Zeg ik liever niet	11,6%

Tabel 26: Ervaringen cyberpesten bij tieners en jongeren die het voorbije jaar gepest werden (N=274)? Iemand ...

Bij tieners en jongeren die het voorbije jaar gepest werden, uitte zich dit vaak in het zeggen van **gemene dingen tegen of over** die jongere (respectievelijk 58% en 50%), het **negeren of uitsluiten** van de jongere online (respectievelijk 29% en 20%) of het online **verspreiden** van **roddels** over de jongere (24%).

De helft van de **tieners en jongeren die aangeven gepest te worden** kent de verantwoordelijke persoon (of personen) persoonlijk. Volgens een andere 17% gebeurt het pesten anoniem. Jesse (10 jaar) vertelt in de klasgesprekken over de vele negatieve 'comments' die hij krijgt van de vrienden van zijn oudere broer.

"Ik heb echt al duizenden keren vervelende comments gekregen. Zo van: 'Dit is echt de slechtste video die ik ooit heb gezien' of 'Jij bent echt raar' of

dat ze allemaal boze gezichtjes sturen naar mij. Dat zijn meestal mijn broer zijn vrienden. Die zijn ouder dan mij en die pesten mij vaak op Instagram. Maar dat maakt mij niet echt uit."

Ook in de klasgesprekken wordt het thema aangehaald. Als ze zelf gepest zouden worden, zouden de leerlingen de pester aanspreken of hun hart luchten bij iemand. Zo vertelt Nadia (16 jaar, doorstroomfinaliteit) dat ze de persoon zou aanspreken om te zeggen dat die moet stoppen met cyberpesten.

Maar kunnen **jongeren** ook effectief bij iemand terecht als ze online gepest worden of zouden worden? 1 op 10 jongeren geeft aan van niet. 68% kan terecht bij hun ouders, 53% bij goede vrienden of klasgenoten en 35% bij hun broer of zus. 24% zegt dit te kunnen bespreken met

een leerkracht. Toch zien niet alle jongeren hun ouders als vertrouwenspersoon voor dit thema. Zo vertelt Mona (16 jaar, doorstroomfinaliteit):

“Nee, ik zou niet makkelijk met mijn ouders over een thema zoals cyberpesten kunnen praten. Dat is makkelijker met een onbekende of een vriend.”

Zijn **tieners en jongeren** ook soms een omstander, zonder zelf gepest te worden? 53% merkte het afgelopen jaar op dat anderen online gepest werden. 43% van de jongeren zegt het voorbije jaar geen getuige te zijn geweest van online pesten. Bij 24% was dat minstens maandelijks het geval. Als ze merkten dat anderen gepest werden, deed 27% niets. 34% gaf steun aan degene die gepest werd en 23% reageerde dat pesten niet oké is. Ook Louise (16 jaar, dubbele finaliteit) vertelt hoe ze in zo’n situatie handelde:

“Er was eens een groepschat opgericht waar iedereen allemaal nare dingen zei over Lisa. Daar ben ik toen snel uitgestapt.”

Maar hebben ze zich zelf ook al eens schuldig gemaakt aan online pestgedrag? 16% geeft aan dat ze het voorbije jaar iemand online hebben proberen te kwetsen. 4% beantwoordt deze vraag liever niet, en 80% geeft aan dit nooit te hebben gedaan. **Tieners en jongeren** die

aangeven zelf iemand online te hebben gekwetst, geven aan dat ze vooral gemene dingen zeiden tegen (50%) of over (28%) iemand. Daarnaast zegt 33% iemand online te hebben genegeerd. Marcus, een tiener (11 jaar), geeft in de klasgesprekken een ander voorbeeld:

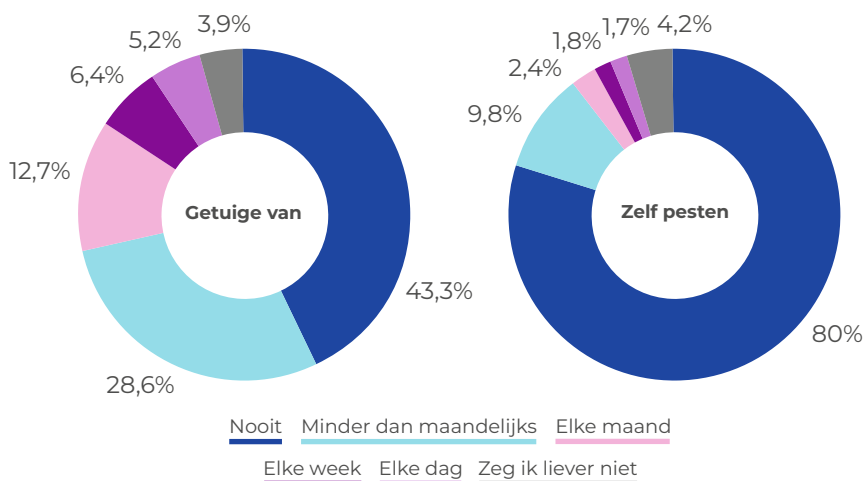
“Ik was een keer heel boos op iemand en toen had ik een foto gebruikt van die persoon en er een video van gemaakt. Toen ik doorhad dat dit niet zo leuk was voor de ander heb ik het snel weer verwijderd.”

In het algemeen was het tijdens de klassengesprekken moeilijker om het onderwerp ‘cyberpesten’ te bespreken met jongeren dan met tieners. De meeste **jongeren** zeggen dat ze het niet zoveel ‘tegenkomen’ of ‘zien’.

“Ik denk niet dat cyberpesten nog vaak gebeurt, want ik zie dat niet.”
(Adam, 16 jaar, doorstroomfinaliteit)

Als ze online vormen van cyberpesten tegenkomen, dan botsen ze voornamelijk op **haatreacties tegenover anderen**, die geplaatst worden in de ‘comments’ op video’s of posts. Zo zegt Nadia (16 jaar, doorstroomfinaliteit):

“Als je soms op TikTok kijkt in de comments, dan kan het zijn dat iemand heel veel haat krijgt.”



Grafiek 36: In welke mate zijn tieners en jongeren (Nmin=952) getuige van cyberpesten of pesten ze zelf?

SEXTORTION

Dit thema werd bevraagd bij jongeren.

We vroegen aan **jongeren** in welke mate ze eerder in contact kwamen met **sextortion**.

Child Focus omschrijft sextortion als een combinatie van seksuele manipulatie en afpersing: iemand legt online contact met een jongere, wint diens vertrouwen en probeert hen na verloop van tijd te overhalen om intieme beelden door te sturen. Eens de dader aan die beelden geraakt of de jongere doet geloven dat dit het geval is, volgt de dreiging: betaal, stuur meer beelden, of de opnames worden verspreid. Child Focus maakt een onderscheid tussen twee types: sextortion met een financieel motief en sextortion met een seksueel motief.

9% van de bevraagde **jongeren** geeft aan dat iemand ooit heeft gedreigd om een naaktfoto of seksueel getint filmpje van de jongere online te verspreiden of aan anderen te tonen. Een kwart van deze jongeren kende de dreiger niet en in bijna de helft van de gevallen ging het om iemand die (opvallend) ouder was. Deze cijfers vragen wel om **nuance**: uit de open antwoorden in de

vragenlijst blijkt dat sommige jongeren deze bedreiging ervaren, zonder dat er daadwerkelijk een foto of video in omloop was. Dit neemt echter niets weg van de ernst van deze bedreigingen en de impact die ze kunnen hebben op jongeren.

Wanneer de dreiger wel aan beelden geraakte, gebeurde dit voornamelijk **via druk** (23%) of **binnen een (voormalige) relatie** (19%). De belangrijkste redenen van de afperser zijn in het algemeen het verkrijgen van meer seksueel getinte foto's of video's (40%) of het afdwingen van seksueel contact (31%), al lijkt dit te verschillen volgens het **gender** van de bedreigde jongeren.

Bij jongens zijn de motivaties voor sextortion eerder **financieel**, bij meisjes eerder **seksueel**. Dit patroon sluit nauw aan bij de dossiergegevens van Child Focus: bij financiële sextortion is 92% van de slachtoffers een jongen, terwijl bij sextortion gericht op het verkrijgen van seksuele content 65% van de slachtoffers een meisje is.

Dat ik geld/gift cards zou geven	14,9%
Dat ik cadeaus zou geven	7,3%
Dat ik seksueel contact zou hebben met die persoon	30,6%
Dat ik meer seksueel getinte foto's of video's van mezelf zou sturen	40,3%
Dat ik iets specifiek zou doen in onze relatie (bv. niet uitmaken, contact houden)	22,3%
Dat ik iets zou stelen	1,1%
Iets anders	7,7%
Ik weet het niet / de persoon zei het niet	18,1%
De persoon wou niet dat ik iets voor hem of haar deed	6,7%

Tabel 27: Wat willen de personen bij sextortion van jongeren (N=66)?

Bijna de helft van de jongeren die sextortion meemaakte, vertelde dit aan niemand⁴⁷ (43%). Wanneer jongeren dit wel deden, vertelden ze dit aan een ouder (30%), of aan goede vrienden en klasgenoten (30%).

Dat zo veel jongeren zwijgen is zorgwekkend maar begrijpelijk: schaamte, angst voor reacties van ouders, of de overtuiging dat ze zelf iets fout deden, spelen vaak mee.

⁴⁷ De vraagstelling ging als volgt: "De laatste keer dat iemand ermee dreigde om een naaktfoto of seksueel getint filmpje van jou aan anderen te tonen, aan wie heb je dit verteld?"

GROOMING

Dit thema werd bevraagd bij jongeren tot en met 16 jaar.

Child Focus omschrijft grooming als de strategie waarbij een volwassene bewust online contact zoekt met een minderjarige, diens vertrouwen wint en hen stap voor stap manipuleert richting seksueel contact of de productie van seksueel beeldmateriaal.

27% van de bevraagde **jongeren** maakte in het voorbije jaar mee dat **een volwassene online met hen flirtte**. Online over seksueel getinte onderwerpen praten met een volwassene komt minder vaak voor: 15% van de bevraagde jongeren maakte dit in het voorbije jaar mee. 16% kreeg seksueel getinte foto's of video's doorgestuurd van een volwassene, terwijl 11% door een volwassene werd gevraagd om zelf een seksueel getinte foto of video te versturen.

Jongeren die in contact komen met grooming, kennen de volwassene in veel gevallen niet. Meestal ging het om iemand die naar hun inschatting (opvallend) ouder was. Het contact vond vaak plaats via Snapchat, terwijl Instagram en TikTok in opvallend mindere mate hierbij een rol spelen. Lore (16 jaar, dubbele finaliteit) vertelt hoe ze in contact kwam met volwassenen via Snapchat.

“Ik werd wel eens toegevoegd door mensen die ik niet echt kende op Snapchat. Die wilden dan ook afspreken, maar dat vond ik eigenlijk wel raar.”

Een volwassene heeft met jou geflirt via het internet of de mobiele telefoon	26,6%
Een volwassene heeft met jou over seksueel getinte onderwerpen gepraat via het internet of de mobiele telefoon	15,4%
Een volwassene heeft jou via het internet of de mobiele telefoon seksueel getinte foto's of video's van zichzelf gestuurd	16,1%
Een volwassene heeft jou via het internet of de mobiele telefoon gevraagd om seksueel getinte foto's van video's van jezelf door te sturen	11,3%

Tabel 28: Verschillende vormen van grooming door volwassenen, waar jongeren (jonger dan 16 jaar, Nmin=584) mee in contact kwamen gedurende het voorbije jaar.

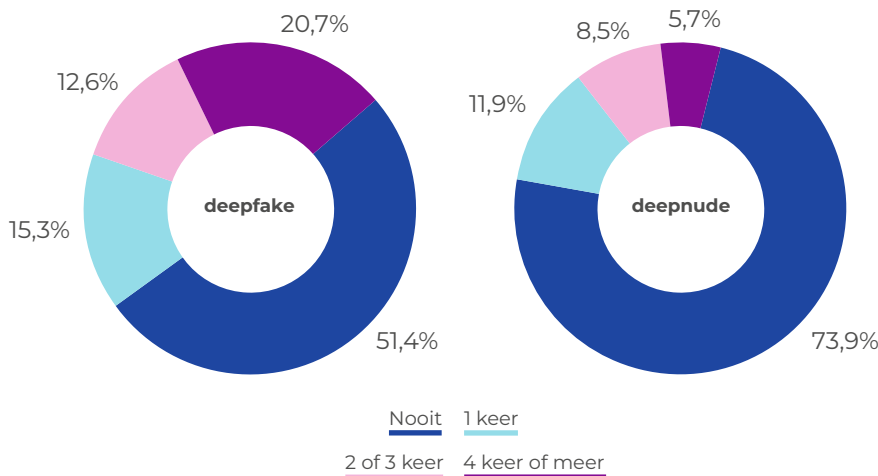


DEEPFAKES EN DEEPNUDES

Dit thema werd bevraagd bij jongeren.

Aan de **jongeren** stelden we vragen over **deepfakes**: foto's of filmpjes die met AI zijn gemaakt of aangepast, zodat het lijkt alsof iemand iets doet of zegt wat in werkelijkheid niet gebeurd is. Daardoor lijken deze beelden echt, maar dat zijn ze niet. Ook werden er

vragen gesteld over deepnudes: een specifieke vorm van deepfakes waarbij men valse naaktbeelden maakt. Child Focus signaleert dat AI-gegenereerde beelden steeds vaker opduiken in dossiers van sexting, grooming en sextortion.



Grafiek 37: Hoe vaak zagen jongeren (Nmin=736) een deepfake of deepnude?

Bijna de helft van de **jongeren** zag al eens een deepfake van iemand. 1 op de 5 komt dit zelfs heel frequent tegen (4 keer of vaker). Deepnudes komen wat minder vaak voor: 1 op de 4 jongeren geeft aan dat ze dit ooit van iemand zagen, terwijl dit bij 5% heel frequent het geval is. Jongeren kunnen deepfakes meestal wel herkennen. Zo vertelt Noor (17 jaar, dubbele finaliteit):

"Soms moet je echt in de comments kijken om het zeker te weten."

In de klassengesprekken komt het herhaaldelijk ter sprake dat jongeren zelf deepfakes maken, bijvoorbeeld van vrienden of van de leraar. Soms doen ze dit vanuit een humoristische intentie, soms is de intentie wat minder vriendelijk.

"Ik maak soms AI-video's van mijn vrienden, dat ze bijvoorbeeld aan het dansen zijn. Dat vinden ze soms leuk, niet altijd. Als ze echt rare dingen doen, vinden ze het niet leuk. Ik post ze niet, ik laat ze alleen zien. We maken soms video's voor elkaar. Zolang we dat niet online zetten, vind ik het niet erg."
(Paul, 16 jaar, dubbele finaliteit)

Sommige jongeren hebben een sterke mening over wat ze wel en niet leuk vinden om te zien. Zo zegt Wolf (16 jaar, arbeidsmarktfinaliteit) dat hij het heel vervelend zou vinden als hij als een "een extreem linkse persoon wordt afgebeeld". De vrienden van Alex (15 jaar, doorstroomfinaliteit) waren er bijvoorbeeld minder blij mee toen hij ze "liet kussen met AI".

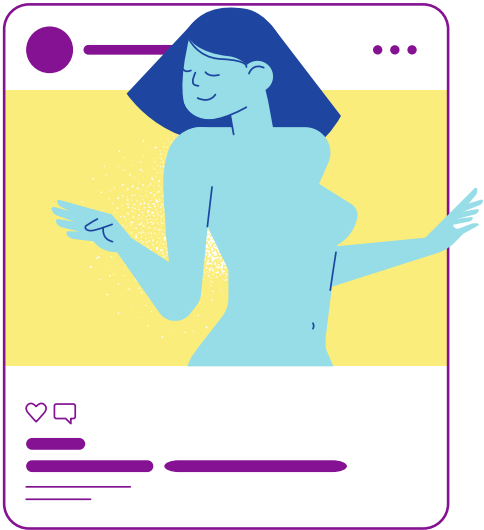
26% van de **jongeren** geeft aan al eens een **deepnude** te hebben gezien. Maar wie stond erop afgebeeld de laatste keer dat ze er een zagen? En wat deden ze ermee? De laatste deepnude die jongeren zagen, was er het vaakst één van **bekende personen** (32%) of mensen die zij niet kennen (31%). In iets meer dan de helft van de gevallen **bekeken** ze de beelden enkel (54%), zonder ze door te sturen of aan anderen te tonen. 7% toonde of stuurde de foto of video door naar anderen. Ongeveer 15% van de jongeren geeft aan dat ze de foto's of video **gerapporteerd** hebben. In de open

antwoorden geven tot slot meerdere jongeren aan dat ze 'niets' deden.

Jongeren kwamen het vaakst in contact met een deepnude via Snapchat (35%), en in mindere mate via TikTok (19%). 40% van de jongeren die al eens een deepnude zagen, geeft aan dat ze ooit al eens een deepnude van iemand anders doorgestuurd kregen, vaak door een vriend. De afgebeelde personen zijn meestal vrouwen (56%). Slechts een klein deel (3%)⁴⁸ zegt ooit zelf al eens een deepnude te hebben gemaakt.

Ik keek er naar, maar heb het niet doorgestuurd of aan anderen getoond	54,0%
Ik deed iets anders, namelijk:	18,7%
Ik heb de foto/video gerapporteerd	15,8%
Ik heb het verteld aan de persoon die op de foto stond	11,5%
Ik heb de persoon die het heeft doorgestuurd gezegd dat hij/zij moet stoppen	10,4%
Ik heb het aan mijn ouders verteld	8,0%
Ik heb de foto/video aan anderen getoond of doorgestuurd	6,7%
Ik heb het aan de leerlingenbegeleider/leraren op school verteld	2,4%

Tabel 29: Wat deden de jongeren (die al eens een deepnude zagen, N = 188) de laatste keer dat ze er één zagen?



⁴⁸ Deze vraag werd opnieuw aan alle jongeren gesteld.

Conclusies en aanbevelingen



Aan het einde van dit onderzoek blijft één beeld hangen: jongeren groeien op in een digitale oceaan. Sommigen varen die vol vertrouwen over. Anderen blijven dichterbij de kust. Een andere groep dobbert eerder stuurloos rond. Wat hen daarin onderscheidt is soms hun motivatie, maar vaker nog hun uitrusting, competenties en ondersteuning.

Die oceaan is voor jongeren een enorme ruimte voor ontdekking en niet zonder risico's. Zeleren navigeren, experimenteren, hun verhaal vertellen en nieuwe werelden verkennen. Voor velen is het een ruimte waar ze groeien, spelen en relaties opbouwen. Sommigen slagen er niet in om alle klippen te omzeilen.

De uitdaging is niet om hen zomaar uit de oceaan te halen, maar om hen met vertrouwen en weerbaarheid te leren bewegen in het water, om hen te leren waar de stroming te sterk is en de klippen te verraderlijk. En om op de juiste momenten en plaatsen de reddersdiensten en kustwacht te voorzien, zodat niemand ten onder gaat.

Met deze aanbevelingen proberen we daar mee de koers voor uit te zetten.

Een ongelijke startpositie

De meeste tieners schakelen vandaag van televisie en tablets over naar een eigen smartphone met volledige connectiviteit tussen 11 en 12 jaar. Voor jongeren is

dat hét toegangsticket tot hun digitale wereld. De laptop verliest na de impuls die die kreeg door COVID-19, lockdowns en de Digisprong opnieuw terrein voor tieners en de eerste graad secundair onderwijs.

Maar niet iedereen start in dezelfde positie. Digitale ongelijkheid blijft een bepalende factor. Toegang tot genoeg kwalitatieve toestellen en internetverbinding is niet voor ieder gezin vanzelfsprekend. Zeker voor gezinnen in een kwetsbare context. Dat zorgt er onder andere voor dat laptopgebruik daar sterker daalt voor de tieners en de eerste graad secundair onderwijs en dat tegelijkertijd de eigen smartphone daar vroeger geïntroduceerd wordt dan bij sociaal-economisch sterkere gezinnen. Voor die jongeren betekent dat een minder kwalitatieve toegang en minder kansen om digitale vaardigheden te ontwikkelen, schooltaken uit te voeren of informatie te vinden, én tegelijkertijd een vroegere introductie tot veel persoonlijker en minder door ouders opgevolgde toegang.

Aanbeveling: hou rekening met de verschillen tussen kinderen, jongeren en gezinnen in het beleid. Zet opnieuw meer in op een kwalitatieve toegang tot de digitale wereld voor maatschappelijk kwetsbare jongeren en een sterke ondersteuning voor hun gezinnen. Neem dit mee in de volgende evaluatie van het Digiplan, als opvolger van de Digisprong. Een oceaan wil je niet oversteken in een rubberbootje.

Strengere regels, gemengde effecten

De roep om strengere regels voor digitale activiteiten klinkt steeds luider, de smartphone-ban op school werd zo al doorgevoerd en op verschillende niveaus woeden discussies over onder andere sociale media en jongeren. Jongeren begrijpen de regels thuis en op school meestal wel en aanvaarden ze, maar ervaren tegelijk ook verlies: minder verbinding en sociale veiligheid. Het effect is dus dubbel. Een smartphone-verbod op school kan de focus op de lessen en medeleerlingen op school versterken, maar pakt onderliggende vraagstukken van pesten, mentaal welzijn of eenzaamheid niet aan, terwijl jongeren hun mediagebruik doorschuiven naar andere momenten of platformen.

In gezinnen zien we meer regels, vooral op het moment dat jongeren hun eerste smartphone met connectiviteit krijgen en hun digitale wereld uitbreidt. We zien bovendien meer stappen naar meer genuanceerde regels, niet alleen over schermtijd, maar ook over met wie je contact hebt of wat je gebruikt qua apps. Veel ouders zijn echter nog niet vertrouwd met de digitale realiteit van hun kinderen en welke rol ze daar wel of niet in kunnen spelen. We zien ook dat pogingen van volwassenen om controle te krijgen via heel strenge regels, vaak fout lopen. Jongeren vinden hun weg wel, vaak stiekem of langs andere kanalen. Dat betekent niet dat alles moet kunnen. Wel dat grenzen zinvol moeten zijn, ontstaan uit dialoog met jongeren, uitgelegd worden, en ingebed in een bredere context van opvoeden en structuur en ondersteuning bieden.

Voor scholen betekent dit: combineer begrenzing met een duidelijk beleid over hoe je de onderliggende sociale en mentale problemen bij jongeren op school en daarbuiten ook preventief en reactief aanpakt. Bied een positief alternatief. Verbieden zonder alternatief creëert ook leegte.

Voor beleid betekent dit: kies voor regels die een effectief antwoord bieden aan de wetenschappelijk aangetoonde of organisatorische problemen die je wil aanpakken. Zorg dat die hanteerbaar en handhaafbaar zijn. Combineer eventuele begrenzing met een duidelijk

beleid over hoe je de onderliggende sociale en mentale problemen bij jongeren ook preventief en reactief aanpakt. Zet daarom in op het creëren van positieve alternatieven en bied omkadering en ondersteuning aan scholen en gezinnen om zowel met die problemen als met de digitale leefwereld van kinderen en jongeren om te gaan en de kinderen daarbij te helpen.

Voor gezinnen betekent dit: durf opvoeden en blijf in beeld: bied structuur en duidelijke afspraken, toon interesse in het mediagebruik van je kinderen, kies welke media je jonge kinderen gebruiken en doe dat samen, denk goed na over wat je wanneer introduceert en zet stap voor stap meer in op gesprek en begeleiding in plaats van enkel regels en controle.

Jongeren reguleren zichzelf meer dan we denken

Opvallend is dat jongeren steeds vaker zelf hun evenwicht zoeken. Waar vroeger vooral ouders en scholen de richting bepaalden, zien we nu dat jongeren kritischer en bewuster omgaan met hun mediagebruik. Ze sturen hun mediagebruik zelf bij, zijn kritischer over hun online gedrag en maken bewustere keuzes over wanneer en hoe ze digitale media gebruiken. Die zelfregulering groeit niet uit controle van buitenaf, maar uit ervaring en inzicht in hun eigen gebruik en de begeleiding die ze hierbij krijgen.

We zien dat jongeren zelf momenten afbakenen waarop ze minder online zijn of bewust afstand nemen van hun schermen wanneer ze dat nodig vinden. Ze proberen hun gebruik te doseren en zoeken manieren om balans te houden tussen online en offline activiteiten. Hun digitale weerbaarheid krijgt zo in Vlaanderen steeds meer vorm als een intern kompas. Toch blijft er een belangrijke nuance: zelf ingeschatte controle betekent niet altijd dat die controle ook stabiel of consistent is. Begeleiding blijft nodig. Dat er voortdurend nieuwe media, mogelijkheden en manieren van gebruik opduiken voor steeds nieuwe generaties kinderen, jongeren, ouders, leerkrachten en andere begeleiders, betekent bovendien dat dat een permanente opdracht is.

Vlaamse Jeugdraad: "Dit blijkt ook uit de bevraging die we deden bij 10.000 jongeren. Jongeren zijn zich bewuster van de effecten van hun smartphone op hun leven en proberen hier meer grip op te krijgen. De nadruk ligt daarbij wel op het woord 'proberen'. Die grip vinden is niet gemakkelijk, en lukt soms niet. Veel jongeren zitten in een hardnekkige haat-liefdere-latie met hun smartphone en sociale media."

Aanbeveling: blijf inzetten op de bewustmaking en de competenties en weerbaarheid van kinderen, jongeren en hun begeleiders om digitale technologie en media mediawijs in te zetten en te reflecteren over wat ze doen, hoe ze het doen, wat de effecten zijn, hoe ze zich daarbij voelen en hoe ze dat kunnen veranderen. Wat werkt, is wat jongeren begrijpen.

Vlaamse Jeugdraad: "Help jongeren grip te krijgen op hun digitale leefwereld. Ontwikkel hulpmiddelen die toegankelijk zijn voor iedereen om schermtijd te beperken en minder smartphoneafhankelijk te worden. Zet bestaande hulpmiddelen in de verf."

Een stille kloof: bij wie kunnen jongeren terecht?

Een van de meest zorgwekkende signalen blijft dat een deel van de jongeren nergens terecht kan met vragen of problemen. Zeker bij gevoelige thema's zoals sextortion blijft bijna de helft stil. Dat betekent dat ondanks alle digitale vooruitgang, de menselijke omkadering tekortschiet. De redenen zijn complex: schaamte, angst, maar ook het gevoel dat volwassenen onvoldoende kennis hebben om te helpen of hen eerder zouden straffen. Leerkrachten en ouders spelen een rol, maar worden nog niet altijd als aanspreekpunt gezien. Jeugdwerkers en medewerkers in de jeugdhulp bieden kansen, maar dat potentieel is nog niet volledig benut.

Tegelijk ligt hier een duidelijke hefboom voor de toekomst: wanneer jongeren wél iemand vinden die luistert en hen begrijpt, maakt dat een groot verschil. Vertrouwensfiguren die jongeren helpen in hun digi-

tale leven, moeten hen dus niet alleen technisch, maar vooral ook relationeel ondersteunen.

Aanbevelingen:

- **Versterk de rol van (zorg)leerkrachten, leerlingen-begeleiders en CLB's als gesprekspartners voor digitale ervaringen.**
- **Ondersteun jeugdwerkers en medewerkers in de jeugdhulp en de zorg met kennis, opleiding en praktische tools.**
- **Maak de bestaande en anonieme hulplijnen en kanalen waar jongeren terecht kunnen beter bekend en zorg dat ook zij naar effectieve hulp kunnen doorverwijzen indien nodig.**
- **Stimuleer een cultuur waarin online ervaringen bespreekbaar zijn, net als offline ervaringen.**

Educatie als hefboom

Waar veel maatregelen over schermgebruik en platformen een wisselend effect hebben, zien we in Vlaanderen bij educatie een steeds duidelijker resultaat. Jongeren die lessen mediawijsheid kregen, gebruiken digitale media niet noodzakelijk helemaal anders, maar denken er wel kritischer en bewuster over na.

Dat zie je in verschillende contexten. Jongeren die geleerd hebben over desinformatie, gaan vaker bronnen vergelijken, zoeken bevestiging en herkennen sneller fake news in nieuws op sociale media, berichten van peers of content van influencers. Begrippen zoals fact-checking worden niet alleen herkend, maar ook toegepast in het dagelijks gebruik van informatie. Ook bij online reclame en influencers maakt educatie een verschil: jongeren stellen vaker de vraag of content bedoeld is om te informeren of om te overtuigen. Die meerwaarde én nood zien we bijvoorbeeld ook bij de steeds verdergaande introductie van tools zoals ChatGPT. Jongeren gebruiken AI intensief voor school, vrije tijd en informatie, maar nemen vaak het eerste antwoord op hun vraag al als correct aan. Net daar maakt educatie het verschil: wie begrijpt hoe informatie wordt opgebouwd, stelt ook AI-output kritischer in vraag. En zoals steeds, gaat het daarbij niet alleen over de systemen zelf, maar ook over je eigen competenties en affectieve zelfregulering.

Beleidsaanbevelingen:

- Blijf inzetten op méér dan online veiligheid: zet in het kader van mediawijsheid en onderwijsstructuur in op actueel relevante nieuws- en informatiewijsheid, AI-wijsheid en creatie.
- Blijf hiervoor ook ruimte maken in informele educatievormen bij jeugdwerk, bibliotheken, etc.
- Zet in op mediawijsheid die werkt: ga verder dan het puur informeren over technologie en media, maar zet in op de inoefening van die kennis, kritisch denken en reflectie en op emotieregulering.

Dat vraagt een gedeelde verantwoordelijkheid:

- beleid dat inzet op gelijke toegang, educatie en veilige systemen,
- scholen en organisaties die ruimte maken voor begeleiding en gesprek,
- volwassenen die mee evolueren, durven leren en zich ook zelf blijven versterken
- Versterk jongeren in plaats van hen te beperken. Zorg dat ze omringd zijn door mensen, middelen en kennis. Zodat ze niet alleen overleven in die digitale oceaan, maar er ook in kunnen groeien.

Samen een ecosysteem bouwen

De grootste uitdaging ligt misschien wel in het samenbrengen van al deze inzichten. Jongeren hebben geen nood aan één gefragmenteerde maatregel of één oplossing, maar aan een geheel van ondersteuning: thuis, op school, in hun vrije tijd en online. Hun digitale leefwereld is geen eiland dat je kan afsluiten, maar een ecosysteem waarin alles met elkaar verbonden is.

Vlaamse Jeugdraad: “Erken de kracht van digitaal jeugdwerk. Investeer in meer experimenteerruimte om te ontdekken welke kansen deze vorm van engagement kunnen verwezenlijken. En zet als beleid ook radicaal meer in op buiten spelen en hangen voor kinderen en jongeren, en alle randvoorwaarden die daarvoor nodig zijn.”



Colofon

Apenstaartjaren is een initiatief van Mediaraven en Mediawijs, in samenwerking met de onderzoeksgroep mict, verbonden aan imec en UGent, Link in de Kabel, Child Focus, DNS Belgium, De Ambrassade en de Vlaamse Jeugdraad.

Coördinatie onderzoek en redactie rapport

Dr. Hadewijch Vanwynsberghe (Mediawijs)
Dr. Cora van Leeuwen (Mediawijs)
Floor Denecker (Studio Data)
Hanne Peeters (imec-mict-UGent)
Prof. dr. Ralf de Wolf (imec-mict-UGent)
Dr. Kristin Van Damme (imec-mict-UGent)

Datacleaning en -analyse

Hanne Peeters en Simon Muls (imec-mict-UGent)

Lay-out en illustraties

Ruthje Goethals, ruimle.com

Proofreading

Elke Boudry (Mediawijs)
Joke Vanoppen (Mediawijs)
Frie Van der Planken

Onderzoeksteam kwantitatieve studie

- imec-mict-UGent: Hanne Peeters, prof. dr. Ralf De Wolf, dr. Kristin Van Damme, dr. Marijn Martens, prof. dr. Mariek Vanden Abeele, prof. dr. Koen Ponnet, Louise Vanmarcke, Julie Dereymaeker, Simon Muls
- Mediawijs: dr. Hadewijch Vanwynsberghe

Onderzoeksteam kwalitatieve studies

- Mediawijs: dr. Cora Van Leeuwen, Pieke Mijs (student) en Eva Kruithof (student)
- Link in de Kabel: Charlotte Schreuer

Video

Alle kinderen, tieners en jongeren uit:

- Basisschool De Bron, Lovendegem
- Humaniora Broederschool, Sint-Niklaas

Voice-over: Lena Vlamynck

Presentator: Saloua El Boustani

Videoteam: Inge Verschatse, Alisa Chornoshchokova, Tobias Claeyss

Dit rapport werd geschreven met input van:

Annelies Decraene (Mediaraven), Andy Demeulenaere (Mediawijs), Jory Maeyaert (De Ambrassade), David Verbruggen (FLEGA), Niels Van Paemel (Child Focus), Karin Vanmarcke (VAD), Charlotte Schreuer (Link in de Kabel), Febe Alleman (Sensoa), Silke Van den Eynde (KUL), Lisanne Coryn (StampMedia), Margot Vervloessem (StampMedia), Pauljan Truyens (imec-smit-VUB), Isaak Vandermaesen (RVO Society), Khalil Yagoubi (De Ambrassade), Sarah Vis (imec-smit-VUB), Kasper Coorevits (UGent), Nadège Bastianen (Child Focus), Eline De Cock (Mediaraven), Valerie Van Hoyer (Mediaraven), Louise Vanmarcke (UGent), Brent Verhaegen (DNS Belgium), Sophie Dings (DNS Belgium), Mariek Vanden Abeele (imec-mict-UGent), Sarah Grueso (LINC-vzw), Annabel Georges (imec), Marijn Martens (imec-mict-UGent), Rozelien (STEKER)

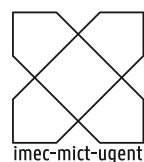
Grote dank aan de leerlingen, leerkrachten, Sabine Coppens (Vlaams Netwerk Kies Kleur tegen Pesten) en directies van de scholen die meewerkten aan deze editie van het onderzoek. Zonder jullie was dit onderzoek niet mogelijk!

Vragen en meer info:

Met extra vragen over het onderzoek kan je terecht op info@apenstaartjaren.be. Bijkomende info en het vormingsaanbod vind je via www.apenstaartjaren.be.

Verwijzing naar het onderzoek: Vanwynsberghe, H., Peeters H., Denecker, F., Muls, S., De Wolf, R., Van Damme, K., Martens, M., Vanden Abeele, M., Ponnet, K., Van Leeuwen, C., Van der Leene, A., Decraene, A., & Schreuer, C. (2026). Onderzoeksrapport Apenstaartjaren: de digitale leefwereld van kinderen en jongeren. Mediaraven en Mediawijs.

Met de steun van de Vlaamse Overheid



Met de steun van de Vlaamse Overheid

Wettelijk depotnummer: D/2026/15463/0001

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

De inhoud van deze publicatie is uitsluitend de verantwoordelijkheid van Mediaraven en imec vzw en geeft niet noodzakelijk de mening van de Europese Unie weer.

