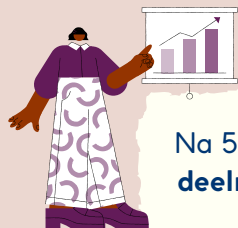


FINALE DEBRIEFING VAN HET MIMIC PROJECT

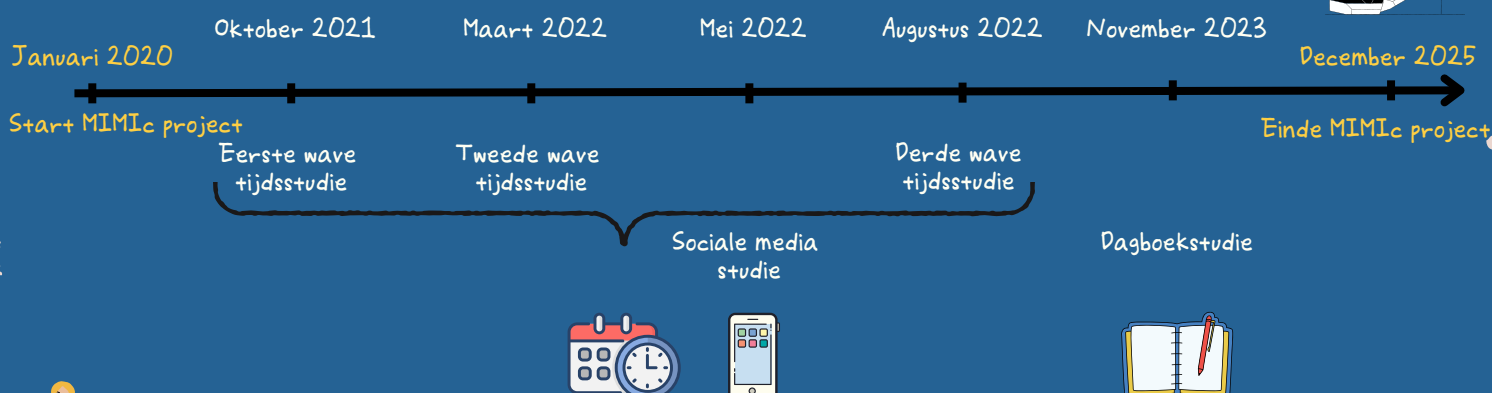


Na 5 jaar loopt het MIMIC-project ten einde. We willen jullie **hartelijk bedanken voor jullie deelname aan het project en voor het delen van jullie ervaringen met ons. Zonder jullie was het MIMIC-project niet mogelijk geweest!**

In wat volgt hebben we de belangrijkste bevindingen van ons project samengevat, zodat je meer te weten kunt komen over het gebruik van digitale media onder jongeren.



SAMENVATTING VAN ONZE STUDIES



WIE HEEFT ER DEELGENOMEN AAN ONZE STUDIES?

Meer dan 3000 JONGEREN

uit de drie landen hebben deelgenomen aan minstens een van onze studies, namelijk de tijdsstudie, de sociale media studie, of de dagboekstudie.

LEEFTIJD

De meeste deelnemers waren tussen 14 en 17 jaar oud (73%). 16% van de deelnemers waren tussen 11 en 13 jaar. 11% was 18 jaar of ouder.

GENDER

53% van alle deelnemers waren meisjes, 43% waren jongens en 4% duidde "ander" aan of wouden hun gender liever niet zeggen.

LANDEN

42% van de deelnemers kwamen uit Slovenië, 31% uit Frankrijk en 27% uit België.

ONDERWIJSTRAJECT

De meeste jongeren volgden een algemeen onderwijs traject (68%), gevolgd door jongeren die een beroepsgericht onderwijs traject volgen (18%) and professional tracks (14%).



DANKJEWEL!

FINALE DEBRIEFING VAN HET MIMIC PROJECT

Het MIMIC-project zou ook niet mogelijk zijn geweest zonder de deelnemende scholen. Deze scholen hebben een grote inspanning geleverd om bij te dragen aan het verkrijgen van meer inzicht in de media-effecten op jongeren in Europa. We zijn dankbaar voor hun medewerking en inzet om jongeren te helpen het beste uit hun mediagebruik te halen. Hieronder presenteren we de scholen die deelnamen in België (Vlaanderen).



WELKE VLAAMSE SCHOLEN HEBBEN DEELGENOMEN?



MIDDELBARE SCHOLEN

1. GO! atheneum Maerlant Blankenberge
2. Gitok Bovenbouw, Kalmthout
3. Pedagogisch Humaniora Heilig Hartinstituut, Heverlee
4. Instituut Heilig Hart, Kalmthout
5. Sint-Gabriëlcollege Boechout
6. SJC Aarschot
7. COLOMAplus, Mechelen

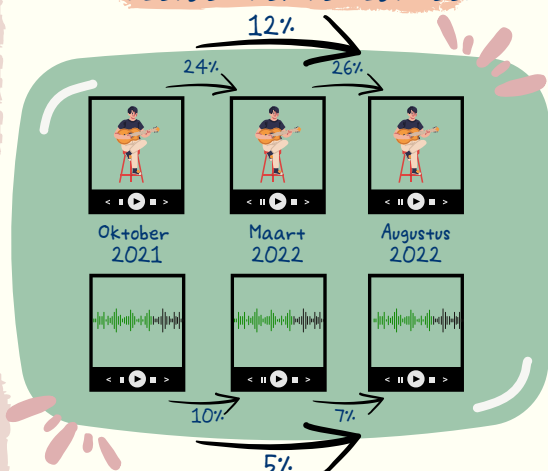


DANKJEWEL!

MEDIA CONTENT

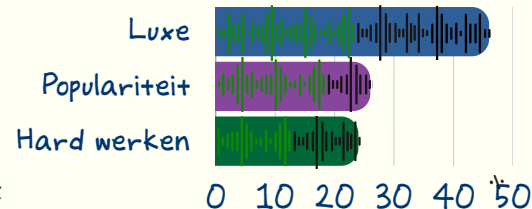
MUZIEK

% DEELNEMERS MET DEZELFDE FAVORIETE ARTIEST EN LIEDJE OVER DE TIJD HEEN



Tegenwoordig luistert 98% van de jongeren naar muziek en volgt hun favoriete muziekartiesten op **streamingplatforms** zoals **Spotify**. Algoritmes en sociale media maken van muziek luisteren een zeer gevarieerde en gepersonaliseerde ervaring. In de figuur links zien we inderdaad dat jongeren na verloop van tijd vaak van favoriete muziekartiest en nummer veranderen, met slechts 12% van de jongeren die dezelfde favoriete artiest en 5% die hetzelfde favoriete nummer heeft na een jaar.

POPULAIRE CONTENT IN POPULAIRE MUZIEK (N = 4.117 LYRICS)

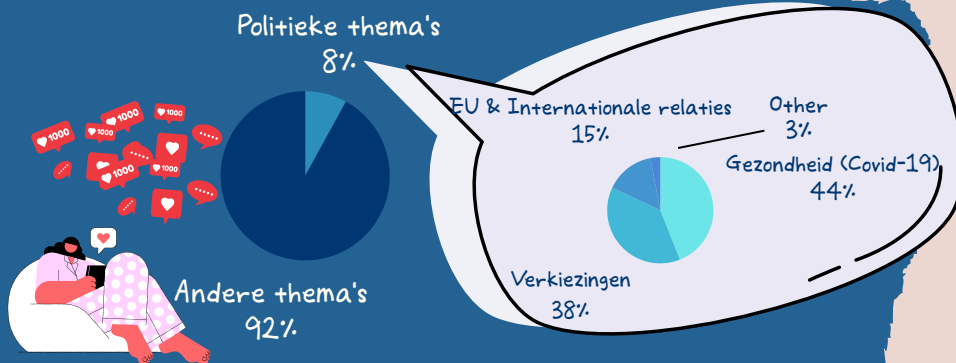


De populairste muziek waar jongeren naar luisteren op streamingplatforms gaat vaak over **luxe** (auto's en juwelen, 46%), **populariteit** (invloedrijke mensen kennen, 27%) en **hard werken** om succes te bereiken (24%), vooral in Rap (36%) en Pop (8%).

SOCIALE MEDIA EN INFLUENCERS

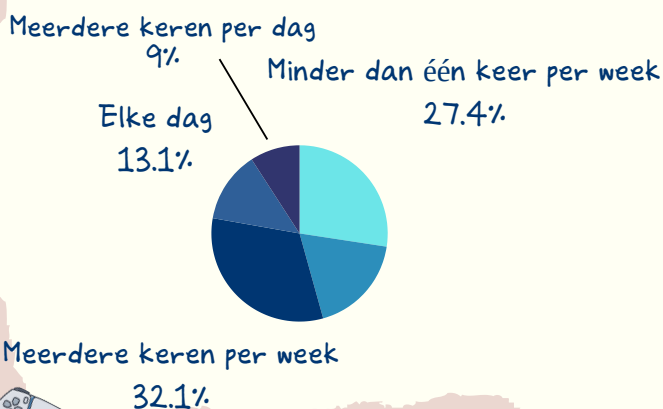
DE POLITIEKE CONTENT VAN INFLUENCERS

Influencers behoren tot de populairste mediafiguren onder jongeren: 39% van de jongeren beschouwt hen als rolmodel. We hebben met name de Instagram-activiteit van de **59 meest gevolgte influencers wereldwijd** (gemiddeld 64 miljoen volgers) bestudeerd en de aanwezigheid van politieke thema's waargenomen. Influencers praten 8% van de tijd over politieke thema's en als ze dat doen, hebben ze het over het algemeen over lifestyle-gerelateerde onderwerpen (gezondheid, 44%), de verkiezingen (38%) of de EU en internationale relaties (15%).

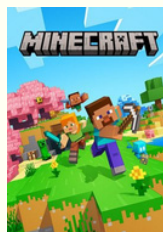
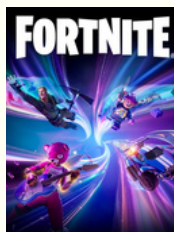


VIDEOGAMES

GEMIDDELTE VIDEOGAME-TIJD



FAVORIETE VIDEOGAMES



Bron: Twitch

Het spelen van videogames is een populaire activiteit onder jongeren, van wie 54% meerdere keren per week of vaker videogames speelt. De favoriete videogames van jongeren zijn Fortnite, Minecraft, Roblox, Fifa en Fall Guys.

MEDIA UITDAGINGEN

ONGELUKKIG ZIJN DOOR SOCIALE MEDIA



Er zijn veel zorgen in de huidige samenleving over de worstelingen van jongeren met de online wereld. Maar vaak zijn deze zorgen percepties en niet per se de werkelijkheid. Om deze zorgen aan te pakken, hebben we gemeten hoe en hoeveel jongeren online problemen hebben. Op vlak van sociale media, ontdekten we dat **40%** van de jongeren uit België, Slovenië en Frankrijk aangaf vaak geïdealiseerde inhoud te zien, zoals beelden van **perfecte verschijningen of ideale levensstijlen**. Dergelijke inhoud kan schadelijk zijn voor tieners, waardoor ze het gevoel krijgen dat ze een ideaal leven moeten hebben en er perfect uit moeten zien, wat voor de meesten onmogelijk of onwenselijk is. We vonden verschillende problematische gevolgen van het kijken naar dit soort media-idealen, vooral wat betreft stress over vriendschappen en uiterlijk, perfectionisme en zelfvertrouwen.

Stress over populariteit en uiterlijk

In de drie landen voelt 33% van de jongeren zich vaak **gestresst of bezorgd** over hun **uiterlijk** en 35% over hun **vriendschappen**. Jongeren die dergelijke stress het vaakst voelen, hebben ook de neiging om **meer geïdealiseerde inhoud** (bijv. foto's) over hun uiterlijk of vriendschappen op sociale media te plaatsen. Dit zou hun manier kunnen zijn om met de stress om te gaan en zich beter over zichzelf te voelen door hun beste kant aan anderen te laten zien.

Prestatiedruk

In de drie landen voelt tot **61%** van de jongeren **veel druk om perfect te zijn** op alle gebieden van hun leven. Van hen zegt **38%** dat deze druk voortkomt uit de **hoge verwachtingen** die ze waarnemen van hun omgeving, zoals de media, de maatschappij, leeftijdsgenoten en ouders.

Laag zelfvertrouwen

31% van alle jongeren had een **laag zelfvertrouwen**. Eén van onze studies toonde aan dat **17%** van de hen BeReal vaak gebruikt om zichzelf te **vergelijken met anderen die gelukkiger, populairder of knapper lijken**. Deze jongeren hebben ook een **lager zelfbeeld**.

ONGELUKKIG ZIJN DOOR MUZIEK EN VIDEOGAMES

Naast sociale media consumeren jongeren vaak ook andere entertainmentcontent, zoals het luisteren naar muziek en het spelen van videogames. Muziek en videogames kunnen ook tot uitdagingen leiden voor jongeren, bijvoorbeeld als ze schadelijke boodschappen bevatten.

SUCCES VERHALEN IN MUZIEKTEKSTEN

Zoals eerder bleek, laat muziek vaak geïdealiseerde boodschappen zien over **successen** (zoals het dragen van dure sieraden). Maar we ontdekten ook dat het luisteren naar meer van deze boodschappen geen invloed heeft op hoe jongeren denken over succes na een jaar. Dit kan komen doordat jongeren en artiesten verschillende levenservaringen hebben, of doordat muziek op streamingplatforms zo snel verandert.

SCHADELIJKE COMMUNICATIE TIJDENS HET VIDEOGAMES

Tijdens het spelen van videospellen hebben **jongens** meer kans dan meisjes om schadelijke boodschappen over hun eigen prestaties en die van anderen te versturen en te ontvangen. **Schadelijke boodschappen** kunnen bestaan uit beledigingen, intimidatie of bespottend van andere spelers (versturen) of van zichzelf (ontvangen). We ontdekten dat het verzenden en ontvangen van schadelijke boodschappen tijdens het spelen van videospellen elkaar versterken, waardoor het moeilijker wordt om positieve, ondersteunende en leuke gesprekken te voeren.



MEDIA OPPORTUNITeiten

DIGITAAL FLOREREN



Of je nu sociale media gebruikt, naar muziek luistert of videogames speelt, media bieden ook verschillende mogelijkheden om online tot bloei te komen. Onderzoek toont inderdaad aan dat positieve online ervaringen nuttig zijn voor de gezonde ontwikkeling van jongeren, als ze hen helpen waardevolle sociale relaties te vinden, zich gelukkiger te voelen over hun leven en een zinvol leven te leiden.



Positief vergelijken met anderen

Je gemotiveerd voelen om je doelen na te streven nadat je je vergeleken hebt met anderen online.

Geconnecteerd zijn
Geconnecteerd voelen met andere groepen online.

Je authentieke zelf tonen

Je op je gemak voelen om je "ware ik" online te presenteren.

DIGITAAL FLOREREN

Digitaal floreren verwijst naar een goed gevoel over hoe jongeren online met anderen praten en de keuzes die ze maken in hun digitale leven. Jongeren kunnen op vijf manieren online floreren.

Respectvolle gesprekken

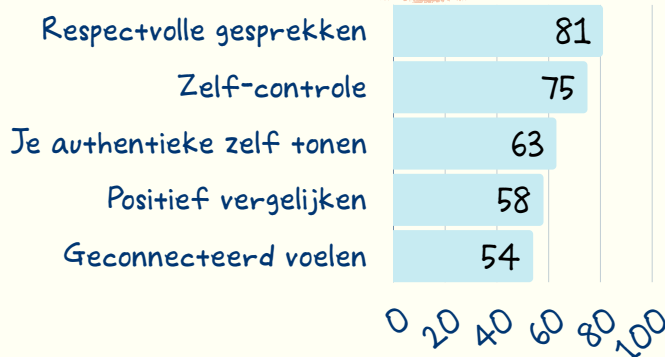
Je in staat voelen om respectvol en beleefd met anderen te praten online.

Zelf-controle

Het gevoel hebben controle te hebben over de hoeveelheid tijd die online wordt doorgebracht

WIE FLOREERT ER ONLINE?

WAT DENKEN JONGEREN OVER HUN DIGITAAL FLOREREN?



Jongeren beoordelen hun vaardigheden voor respectvolle gesprekken het positiefst (81% deelnemers) en voelen zich het minst positief verbonden met anderen online (54% deelnemers).

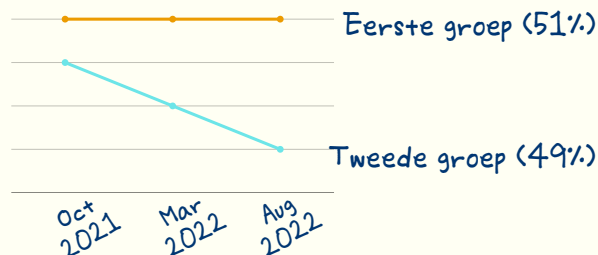
Meisjes voeren vaker respectvolle gesprekken en laten online meer hun authentieke zelf zien dan jongens.

Tieners in het algemeen onderwijs voeren vaker respectvolle gesprekken, laten meer hun authentieke zelf zien en voelen zich online meer verbonden dan tieners in het beroeps- en technisch onderwijs.

DIGITAAL FLOREREN

Niet alle jongeren floreren even goed online, dus sommige jongeren halen niet het maximale uit online communicatie. Ouders blijken een belangrijke rol te spelen bij het digitaal floreren van tieners.

ZELF-CONTROLE



We onderzochten ook wie na verloop van tijd digitaal floreren ontwikkelt en vonden twee groepen jongeren. Eén groep (51%) floreerde meer online en bleef dat ook na verloop van tijd. Een andere groep (49%) floreerde minder online en hun **gevoel van controle** over de tijd die ze online doorbrachten, nam na verloop van tijd af. Jongeren die digitaal meer floreren, hadden vaker digitaal vaardige ouders en ouders die met hun kinderen pratten over online inhoud en in deze gesprekken rekening hielden met de mening van het kind.



EN WAT NU?

OPLOSSINGEN

Digitale en mediageletterdheid zijn belangrijke factoren om ervoor te zorgen dat gebruikers zich online kunnen ontplooien en floreren. Het is belangrijk dat mediageletterdheid effectiever wordt opgebouwd door te praten met jongeren, ouders en leerkrachten omdat zij helpen evalueren wat de relevante kennis is. Een belangrijke tool om mediawijsheid te stimuleren is bijvoorbeeld VibeCheck, ontwikkeld door onze onderzoeksgroep samen met Mediawijs: <https://www.mediawijs.be/nl/tools/vibe-check>. Kijk op de website van Mediawijs voor meer informatie over tools voor mediawijsheid: <https://www.mediawijs.be/nl>.



Een andere belangrijke oplossing om jongeren te helpen bij het gebruiken van digitale media is het opstellen van wetten die de rechten van kinderen online beschermen. Enkele voorbeelden van wetten die dit doen zijn de Digital Service Act (DSA) en de General Data Protection Regulation (GDPR). De Europese Unie heeft deze wetten gemaakt om jongeren (en volwassenen) te helpen het beste uit hun digitale leven te halen en ze tegelijkertijd te beschermen tegen schadelijke effecten.



VOLGENDE STAPPEN

Als onderdeel van onze inzet om ons onderzoek te verspreiden, organiseren we evenementen voor scholen, leerlingen, ouders en andere belangrijke organisaties die meer willen weten over de rol van digitale media in het welzijn van jongeren. We hebben er al één georganiseerd in Slovenië op 24/9/2024. Nu het MIMIC-project zijn einde nadert, organiseren we binnenkort nog twee evenementen voor belanghebbenden in Frankrijk en België.



ONZE STUDIEDAGEN: KOM EN LEER
OVER HET MIMIC PROJECT

HEB JE VRAGEN OF WIL JE MEER
WETEN OVER HET MIMIC-PROJECT?



WWW.PROJECTMIMIC.EU



CONTACTEER ONS

Gaëlle Vanhoffelen
galle.vanhoffelen@kuleuven.be

Prof. Laura Vandenbosch
laura.vandenbosch@kuleuven.be

