

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 193
van **LUDWIG VANDENHOVE**
datum: 10 augustus 2020

aan **BENJAMIN DALLE**
VLAAMS MINISTER VAN BRUSSEL, JEUGD EN MEDIA

Nieuwsconsumptie door jongeren - Resultaten tweemaaljaarlijks onderzoek Apestaartjaren

Onlangs zijn de resultaten bekendgemaakt van Apestaartjaren, een tweemaaljaarlijks onderzoek van Mediawijs, Mediaraven en de onderzoeksgroep IMEC-MICT van de Universiteit Gent, over de nieuwsconsumptie van Vlaamse jongeren. Meest opvallende conclusie is dat meer dan 78 procent van de Vlaamse tieners vooral via de sociale media in aanraking komen met de actualiteit, onder andere via vrienden en influencers. Positief is wel dat, zodra zij geïnteresseerd zijn in bepaalde feiten, ze actief zoeken naar meer toelichting.

1. Hoe evalueert de minister deze resultaten?
2. Trekt hij er bepaalde conclusies uit voor zijn beleid qua informatieverstrekking ten aanzien van jongeren?
3. Veel berichten die jongeren online lezen, zijn niet objectief of neutraal. Dat is uiteraard een probleem in deze periode van steeds meer en meer fake news.
Hoe staat de minister daar tegenover? Is hij van plan hieromtrent specifieke en/of bijkomende initiatieven te ontwikkelen?
4. Ziet de minister, wat betreft het in contact brengen van jongeren met meer objectief nieuws, een rol weggelegd voor het onderwijs? En wat met het doel om jongeren meer bewust te maken van fake news?
Heeft de minister hierover al overleg gehad met zijn collega, bevoegd voor Onderwijs, en/of plant hij ter zake nieuwe initiatieven samen met hem?
5. Ziet de minister een bijkomende rol weggelegd de VRT?

ANTWOORD

op vraag nr. 193 van 10 augustus 2020

van **LUDWIG VANDENHOVE**

1. Op basis van de onderzoeksresultaten kan er gesteld worden dat jongeren in het secundair onderwijs slechts matig geïnteresseerd zijn in nieuws. Meest opvallende conclusie is dat meer dan 78 procent van de Vlaamse tieners vooral via de sociale media in aanraking komen met de actualiteit, onder andere via vrienden en influencers. Positief is wel dat, zodra zij geïnteresseerd zijn in bepaalde feiten, ze actief zoeken naar meer toelichting.
In het algemeen zien we wel een trend waarbij jongeren zich sneller afkeren van informatie over onze samenleving. Ze kunnen of willen er niet voor betalen, het interesseert hen niet, er is te weinig (gratis) aanbod op hun maat en sommigen vinden het leuker om mensen in een online maatschappelijke discussie op te hitsen dan erover echt in interactie te gaan. Hierop speel ik in met mijn beleid inzake mediawijsheid.
2. We moeten sterk inzetten op kwaliteitsvolle informatie, nieuws en duiding voor jongeren op de platformen waar ze actief zijn. Belangrijk daarbij is dat het moet gemaakt zijn op maat van jongeren.
De resultaten uit de studie tonen ook het belang aan van het mediawijsproject 'Nieuws in de Klas'. In het schooljaar 2020-2021 zal 'Nieuws in de Klas' een grotere focus leggen op het digitale aanbod en meer afstemmen op de leefwereld van de jongeren.
3. Desinformatie is een bedreiging voor onze samenleving. Ik verwijs naar wat ik hierover reeds gezegd heb in de plenaire vergadering en in de Commissie van het Vlaams Parlement over Factcheck.Vlaanderen en FactRank. We bekijken de impact van deze pilootprojecten en zullen onderzoeken hoe de strijd tegen desinformatie verder uitgebouwd kan worden samen met de mediaspelers.
4. 'Nieuws in de Klas' heeft sowieso een raakvlak met onderwijs. Ik wil in het schooljaar 2020-2021 verdere stappen zetten in de actualisering en de impact van dat project vanaf volgend schooljaar vergroten. Binnen Nieuws in de Klas is er nu reeds educatieve aandacht voor fake news. Mediawijs werkte rond dit thema lessen uit, vertaalde de Amerikaanse tool Mind Over Media (<https://propaganda.mediaeducationlab.com/>) en maakte met VRT NWS de EDUbox Nepnieuws.
5. De VRT levert reeds veel inspanningen om jongeren te bereiken met informatie, zeker de afgelopen twee jaar (vb. NWS NWS NWS, nieuwsaanbod op bepaalde radiozenders op maat, Karrewiet). Op basis van de huidige beheersovereenkomst heeft de VRT de opdracht om de doelgroep van de jongeren te bereiken en om nieuws en informatie te brengen.