

**Waarom een
smartphone
kan wachten**

Waarom een smartphone kan wachten

en hoe we onze kinderen en tieners
teruggeven wat ze echt nodig hebben



BORGERHOFF
& LAMBERIGTS

LIES CRAEYNEST EN ANKATRIN PESSEMIER

Inhoud

Voorwoord	7
Deel 1 Hoe het allemaal begon	11
Lies wilde het niet nog een keer meemaken	16
Ankatrin begon het stap voor stap te dagen: dit wil ik niet voor onze kinderen	30
Het begin van KidsUnplugged	38
Deel 2 Wat is nu eigenlijk het probleem?	41
Begripsverwarring	43
Medische experts aan het woord	53
Waarom blijven we een smartphone geven?	100
Deel 3 Wat er vandaag in gezinnen gebeurt	105
Woelige tienertijden is iets van altijd, of is het nu toch erger?	107
Krachten die ouders buitenspel zetten	113
Een gesprek over generaties heen	118
Wat betekent dit voor het beleid?	127
Deel 4 Aan de slag: stel de smartphone uit	139
TARA, geen TINA	141
Geef zelf het goede voorbeeld	143
Stel de smartphone uit	149
De sleutels tot succes	158
Deel 5 Het digitale kompas	177
De vaardigheden van de toekomst	179
Een nieuwe reflex: denken vanuit vaardigheden	186
Weerbaarheid en zelfredzaamheid in de echte wereld	195
Deel 6 Praktische gids: een toolkit per leeftijd	201
Van 0 tot 5 jaar (tot en met kleuterschool)	204
Van 5 tot 12 jaar (lagere school)	208
Van 12 tot 14 jaar (eerste graad middelbare school)	219
Van 14 tot 16 jaar (tweede graad middelbare school)	222
Vanaf 16 jaar (derde graad middelbare school)	235
Wat als schermtijd of smartphones al geïntroduceerd zijn?	237
Deel 7 Een kijkje bij echte gezinnen	241
Joachim en Leen	244
Stéphanie en Michael	248
Sandrine	250
Claudia en Ruben	254
Nico en Julie	256
Maarten	259
Barbara en Pieter	263
Nawoord	269
Extra materialen	271
Extra leestips	272
Eindnoten	274
Dankwoord	286

Voorwoord

Dit boek is er voor iedereen die vragen heeft bij het gebruik van smartphones en sociale media door kinderen en tieners. Voor wie zich afvraagt of we niet te snel een waardevolle kindertijd inruilen voor een wereld van likes, shares en constante bereikbaarheid. Voor wie voelt dat het anders kan, maar nog zoekt naar hoe.

Het richt zich tot ouders en verzorgers, elk op hun eigen punt in hun digitale reis, maar verbonden door hetzelfde verlangen: kinderen en jongeren een jeugd geven zonder smartphones en sociale media. Een jeugd rijk aan écht contact, zelfstandigheid, creativiteit, buitenavonturen en verbondenheid tussen generaties.

Sommigen van ons hebben ervoor gekozen hun kinderen geen smartphone te geven.

Sommigen van ons hebben dat wel al gedaan en zoeken nu naar manieren om het anders aan te pakken.

Sommigen van ons zoeken en twijfelen nog, en willen de mogelijkheden en de weg naar een andere aanpak eerst nog wat verkennen.

Dit boek is er voor ons allemaal. Maar het wil ook iets doen wat breder gaat dan individueel advies geven. Want wat al deze ouders gemeen hebben, is dat ze worstelen met iets dat groter is dan hun gezin alleen. Een uitdaging die de hele samenleving aangaat en waarbij we nog maar net begonnen zijn om er een antwoord op te vinden.

Een vergelijking helpt om te begrijpen waarom we hier zo mee worstelen.¹ Als soort zijn we biologisch ingesteld om door sociale contacten een dopaminehit te krijgen: een plotselinge stijging van de stof dopamine in je hersenen zorgt voor een fijn gevoel van voldoening. We spiegelen ons aan anderen, we willen erbij horen, we leren van interactie. Dat is geen zwakte, dat is wat ons menselijk maakt.

Ook van suiker krijgen we een dopamineboost. Evolutionair gezien erg nuttig, zodat we zoet voedsel zoals fruit en bessen zouden zoeken en essentiële vitamines zouden binnenkrijgen. Maar op een gegeven moment leerde de mens suiker tot een steeds zuiverdere vorm te raffineren. Tot het suikerklontje. De dopaminehit bleef, maar alle voedingswaarde verdween.

Met sociale media op onze smartphone is iets vergelijkbaars gebeurd. Wat de grote platformen ons aanbieden, is een geraffineerde, geperfectioneerde vorm van sociale beloning waaruit vrijwel alle echte sociale waarde is verdwenen. Wat overblijft, is enkel de dopamine en de drang naar meer. Een smartphonesuikerklontje.

Voor de meeste dopamine-uitlokkende producten heeft de samenleving na verloop van tijd een normatief kader ontwikkeld. Voor alcohol, voor suiker zelf, voor gokken. Niet perfect, het werkt niet voor iedereen, maar als gedeelde norm maakt het een enorm verschil. Het beschermt de meerderheid onder ons, en zeker minderjarigen. Maar wat als zo'n product een samenleving binnenkomt en nog geen enkel kader heeft? Dan zijn het de zwaksten die de prijs betalen. En vandaag zijn dat kinderen en jongeren.

Dit boek is een bijdrage aan dat kader. Niet als verbod, niet als veroordeling, maar als begin van een nieuwe, gedeelde norm. Want suiker beheers je ook niet alleen. Daarvoor heb je een voedingsdriehoek, campagnes,

etikettering en vooral: het gedeelde besef dat dit iets is wat we samen moeten aanpakken.

Dat besef is er nu ook voor smartphones en sociale media aan het komen. Dit boek wil daar aan meehelpen.

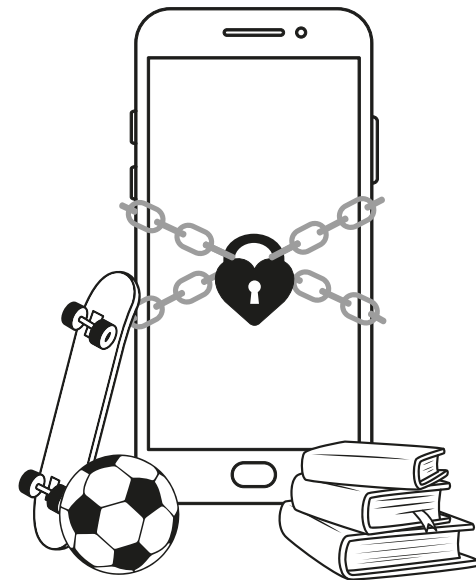
Het gaat om vooruitgang, niet om perfectie.

Veel leesplezier.

Lies en Ankatrin

Deel 1

Hoe het allemaal begon



Stel je voor: je hebt net op tijd je kind van school opgehaald na een hectische werkdag en staat in een pot te roeren, terwijl je bedenkt hoe je de broccoli in het gerecht kan verbergen. Je denkt terug aan de vergadering vandaag met collega's én overloopt alvast de planning voor de volgende dagen en het weekendje weg dat eraan komt. En dan vraagt je kind van elf plots: 'Mama, iedereen in de klas heeft een smartphone. Wanneer krijg ik er een?'

Herkenbaar? Welkom bij de digitale opvoeding van vandaag! Tussen alle drukte door moet je ook hierover gaan beslissen. Het lijkt je geen top-idee – je dochter is nog zo jong, en haar handen zo klein. Je had ook iets opgevangen in de krant over socialemedia-apps die niet zo goed zijn voor kinderen. Er was toch ook iets met te weinig slaap en slechtere leerresultaten, en was er ook niet die serie *Adolescence* waar iedereen het over had vorig jaar, over een dertienjarige jongen die een meisje vermoordt uit woede, opgehitst door vrouwonvriendelijke filmpjes op sociale media? Tegelijk lijkt je volgens de omgeving maar één optie te hebben: 'Geef je kind een smartphone en leer het ermee omgaan.'

Dit boek is voor jou als je twijfelt. Als je ooit gedacht hebt: *kan dit ook anders?*

Misschien heb je zelf ook al opgemerkt hoe neefjes en nichtjes verdwijnen achter hun schermpjes op een familiefeest? Hoe scrollende tieners het straatbeeld sieren? Waarschijnlijk merk je zelf meer en meer dat ook jij er niet in slaagt om de smartphone aan de kant te leggen? En bedenk je jezelf: hoe moet je in godsnaam je kind daarmee leren omgaan? Hoe bescherm je de rust en focus van je kind met een toestel in de hand dat altijd aanstaat? Hoe zeg je ja tegen zijn of haar vriendschappen, maar nee tegen opslorpende apps? En hoe ga je om met die impressionante sociale druk – van kinderen, van vrienden, soms zelfs vanuit de middelbare school?

Wij dachten als ouder allebei: nee, dit moet toch echt ook anders kunnen. We kwamen allebei via een andere weg uit op die conclusie, en zijn ondertussen samen verder aan het zoeken. Op onze zoektocht hebben we veel geleerd, ook getwijfeld en ongetwijfeld fouten gemaakt. Onderweg ontdekten we drie dingen:

- **Een smartphone is de toegangspoort naar sociale media.**

In dit boek worden smartphone en sociale media vaak in één adem genoemd. Dat komt omdat sociale media vooral via de smartphone worden gebruikt. Bovendien is de smartphone een apparaat dat in elke broekzak past en continu meldingen geeft, waardoor het de permanente toegangspoort naar sociale media is, vierentwintig uur per dag, zeven dagen per week. Wil je het gebruik van sociale media beïnvloeden, dan is de smartphone de meest directe en effectieve hefboom.

- **Uitstellen is niet achterlopen.**

Je móét helemaal geen smartphone kopen voor een kind van elf à twaalf jaar. Uitstellen is kiezen voor tijd: tijd voor slaap, spel, verveling (ja, dat is superbelangrijk), hobby's en échte gesprekken. Uitstellen betekent niet 'tegen technologie' zijn, wél: *op het juiste moment de juiste tool*. Een bonus is dat je zo kan gaan werken aan het versterken van échte digitale vaardigheden.

- **Er zijn erg veel ouders die het anders willen.**

Er zijn veel meer ouders dan je denkt die pas op een latere leeftijd een smartphone willen kopen voor hun kind. Ze willen hun kind meer tijd geven om te kunnen omgaan met de druk van het continu online zijn. Hun grootste bezorgdheid is dat hun kind alleen zal komen te staan in de vriendengroep. En laat het nu net dat zijn waar we een oplossing voor hebben gevonden! Samen wordt het haalbaar – en plots ook erg rustig.

In dit boek vind je het verslag van onze zoektocht. We vertellen je eerst ons eigen verhaal, delen onze interviews met experts en laten andere ouders én jongeren aan het woord. Daarna gaan we aan de slag met denken en handelkaders waarvan we hopen dat ze ook jullie kunnen helpen, en voorbeelden van concrete afspraken die werkbaar zijn in gewone, drukke en imperfecte gezinnen.

We willen er vooral voor zorgen dat wij als ouders goed geïnformeerd en zelfstandig kunnen beslissen over wanneer we bepaalde tools toelaten voor onze kinderen. Groepsdruk is de slechtste raadgever – dus dat willen we aanpakken. Uiteindelijk ga je zien hoe je die onvermijdelijke 'maar zij mag wel!'-momenten doorkomt. Je zal kunnen zeggen: 'Wij doen het zo, en dat is oké.'

En ja, waarschijnlijk komen er ook lastige momenten – dat is nu eenmaal opvoeden. Maar je bent veel sterker dan je denkt. Met de juiste kennis, een paar slimme gewoontes en vooral: je staat niet alleen.

Lies wilde het niet nog een keer meemaken

Het begon te dagen toen onze jongste dochter in het vierde leerjaar zat: de vraag naar een smartphone zou niet lang meer op zich laten wachten. We hadden het al één keer meegemaakt bij onze zoon en wisten: een smartphone in je gezin verandert alles – daarover later meer. Maar hoe wilden we het deze keer aanpakken?

Ze hield erg van turnen. Dus mocht ze soms filmpjes kijken van jonge turnsters: haar favoriete sport, haar eigen wereld – wat kwaad kon het doen? De tablettijd was beperkt: twee uur per week, zaterdag en zondag. Alles onder controle.

Tot ik beter begon te kijken. De filmpjes toonden meisjes van haar leeftijd met lichamen die niet op haar lichaam leken. Spierbundels, platte buikjes, benen die nauwelijks schaduw wierpen. Ze keek zoals kinderen kijken naar wat ze willen worden. En ik zag iets verschuiven in hoe ze naar zichzelf keek, naar haar eigen lichaam. Een opmerking hier, een vraag daar. Klein, maar niet klein. Toen ging een alarmbelletje af. Net als toen ik de dansbewegingen zag van meisjes van haar leeftijd op school en de duckfaces die ze maakten voor camera's. Het leek allemaal veel te volwassen, veel te sexy voor hun leeftijd. Onschuldige dansjes, tot je beter kijkt. Later, toen ik al met de beweging KidsUnplugged bezig was, hoorde ik van ouders hoe hun dochters van tien, elf jaar plots alleen nog maar bezig waren met hoe ze eruitzagen, met een make-upritueel, of ze dun genoeg waren. Meisjes die opgroeiden met het idee dat hun lichaam hun belangrijkste troef is, doorgesijpeld via YouTubevideo's.

Ik dacht aan alles wat vrouwen voor ons hadden bevochten en vroeg me af: hoe is dit hier binnengeslopen?

Ik had al eerder grenzen gesteld aan wat ze mocht kijken. Een Russisch vijfjarig meisje dat altijd maar cadeautjes mocht openmaken voor de camera – filmpje na filmpje, altijd iets nieuws, meestal erg duur – dat was er al uitgefilterd. Ik had haar uitgelegd waarom, natuurlijk. Een zinvol gesprek over duurzaamheid en overconsumptie, met een kind van acht.

Er was een heel genre aan het ontstaan: gezinnen die hun hele leven online deelden. Wekelijkse challenges, eeuwige vakanties, een leven dat altijd groter en leuker leek dan het onze. Mijn dochter keek ernaar met grote ogen. En daarna was ze onrustig en lastig. Ik zag het niet onmiddellijk, maar eens ik het zag, was het niet meer te missen.

Het lijkt vanzelfsprekend wanneer ik het nu zo opschrijf. Maar in gesprekken met ouders vandaag merk ik dat het voor heel veel van hen worstelen is om te beoordelen wat betrouwbare inhoud is, en wat gewoon verkooptrucs en verdoken reclame zijn. Bij de tv-zenders heeft een volwassene mee geoordeeld over de inhoud en wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen reclame en het programma. Niet zo op de videoplatformen, waarvan YouTube een platform is dat kinderen op zeer jonge leeftijd bekijken. Daar is erg veel van wat je ziet inhoud en reclame tegelijk.

Dus we waren al op onze hoede. Toen kwam het vijfde leerjaar. Uit ervaring met onze oudere zoon wist ik dat, anno vandaag, elk kind een smartphone krijgt *ten laatste* voor ze naar het eerste middelbaar gaan, maar de gemiddelde leeftijd in Vlaanderen is al negen jaar en acht maanden.² Ik verwachtte dat de vraag er dus snel aan zou komen. Terwijl ik het tabletgebruik nog goed kon begrenzen en sturen – omdat dat thuis gebeurde

en ik er altijd wel op de een of andere manier bij was – wist ik dat alles anders zou zijn met de smartphone. Die gaat immers mee in de zak: op de bus, naar school, naar de basket, naar het familiefeest, kortom overal.

En zoals ik eerder zei, ik had het al eens meegemaakt.

Met onze zoon waren we altijd eerder voorzichtig geweest met schermen. Samen kijken, op televisie of laptop, heerlijke momenten: *Bob de Bouwer*, *Elmo's Song*, *In the Nightgarden*. Televisie was nooit vrij toegankelijk, zeker niet 's ochtends voor school.

Maar er kwam druk. Op een trouwfeest, toen hij vijf was, capituleerden we. Een vriend van de bruidegom vroeg of mijn zoon een spelletje mocht spelen op zijn smartphone. 'Allez, het is maar een spelletje.' De brede glimlach van mijn zoon was onweerstaanbaar. Eens je kind de honing proeft, wil het meer.

De sociale druk die nooit meer stopte

Zo begon de zoektocht naar wat we wel en niet wilden toelaten. Van een niet-geconnecteerde Nintendo naar een tweedehands PlayStation. Games werden complexer en de sociale druk groter. Woorden als *battle passes*, *skins*, *Twitch* en *Discord* kwamen het gezin binnen: niet als leuke, nieuwe weetjes, maar als opdringerige entiteiten die veel ruimte opeisten. Een weekendje weg werd plots een logistiek probleem omdat er gelijktijdig een online toernooi plaatsvond.

Toen hij tien was gaven we – weer tegen onze zin – toe aan *Fortnite*. Ik hield niet van de flikkerende beelden, de geluiden van het schieten, de

intense achtervolgingen. Maar er werd vaak gezegd dat er geen echt bloed te zien was, dus dat het wel oké zou zijn. Achteraf bleek *Fortnite* een PEGI-rating van twaalf jaar te hebben. PEGI is het Europese classificatiesysteem dat aangeeft voor welke leeftijdsgroep videogames geschikt zijn. Geen van de ouders van de vrienden van onze zoon wist dat. Ik ook niet. Niet verwonderlijk: overal in de leefwereld van kleine jongens wordt reclame gemaakt voor zulke games, van pyjama's tot boekentassen. Als alle jongetjes van de leeftijd van je kind dat spel spelen, check je de leeftijdsrating niet. Niemand van ons wist wat voor verslavend ontwerp aan de basis lag.

Drie maanden later schreef ik een mail aan de ouders van de vriendengroep (in het kader op de volgende bladzijde lees je de volledige tekst). Ik omschreef mijn zorgen over het woordgebruik, de uitbarstingen wanneer gestopt moest worden, de obsessie met online wedstrijdje. Ik stelde voor om samen te praten. Natuurlijk had ik ook schrik om te 'overdrijven', en om een 'helikoptermoeder' te zijn, maar minstens de helft van de ouders herkende het probleem. Het ontbrak ons als kleine groep aan tijd en slagkracht om er iets mee te doen. En dat ging enkel nog maar over gamen. Het socialemediaverhaal moest toen zelfs nog beginnen.

Hallo allemaal,

Zoals jullie weten, hebben wij problemen met het spel *Fortnite*, en wat dat doet met onze zoon.

De laatste maanden van het schooljaar kregen we vaak tantrums over hoelang en wanneer gespeeld mocht worden, onaanvaardbaar woordgebruik en een volledig gebrek aan interesse in andere activiteiten.

De school heeft ons ook fijntjes laten weten dat het spel een PEGI van twaalf jaar heeft, nadat er een aantal ruzies op school waren geweest. Sinds midden juni hebben we de speeltijd sterk teruggedroefd, en we zullen die verder terugschroeven wanneer het nieuwe schooljaar begint. Gelukkig heeft de Xbox (tweedehands, waarvoor zoonlief spaarde voor zijn verjaardag) een instelling waarmee ik schermtijd van een afstand kan controleren. Dat heeft enorm geholpen.

Ik ben me meer beginnen informeren over het spel en *gaming* in het algemeen.

Ik volg een Facebookgroep met mensen van wie hun (exclusief) zonen moeilijkheden hebben bij het gamen (*game quitters parent support group*). Zien hoe erg het kan worden, heeft me enorm afgeschrikt.

Ik zag ook een video over gaming en de link met gokken, het spenderen van microsommen om *loot boxes* te kopen.³

Ik besef dat niet iedereen last heeft, maar sommigen van jullie hebben me toch laten weten dat het allemaal niet zo evident is thuis met het gamen. De verhalen spoelen hier vaak binnen over wat er wel allemaal mag en kan elders, en ik weet vaak helemaal niet wat te geloven.

Ik vroeg me af of jullie geïnteresseerd zouden zijn in een ouder-babbel hierover, zodat we wat ervaringen en tips kunnen uitdelen,

zodat we van elkaar weten wat regels elders zijn en de eigen regels in perspectief kunnen worden geplaatst enzovoort?

Indien ja, laat het via een antwoord op deze e-mail weten: ik kan iets organiseren voor het einde van de vakantie, nadat we terug zijn van op reis (*total gaming ban* 😊). Bedoeling is niet om het zwaar te maken, maar een gesprek onder ouders te voeren. Uiteraard, voor deze (eerste?) keer zijn de zonen niet welkom 😊.

Mocht je nog ouders kennen buiten deze e-mailgroep die geïnteresseerd zouden zijn, laat het zeker weten!

Groetjes en fijne vakantie!

Lies

De kloof tussen officiële adviezen en de realiteit thuis

Om dit om zich heen slaande fenomeen beter te kunnen begrijpen en beheersen ging ik op zoek naar advies. Maar op de officiële sites die ik raadpleegde, kwam ik vooral geruststellende boodschappen tegen. Gamen, zo werd gezegd, is leuk en leerrijk. Het verbindt kinderen en leert hun nieuwe vaardigheden aan. Het maakt ze scherp en helpt met probleemoplossend denken. Als een ouder zich zorgen maakte, dan was verbieden zeker geen goede oplossing, maar werd aangeraden om interesse te tonen, samen te spelen en afspraken te maken. Gewapend met dat advies keek ik meewarig naar mijn jonge tiener achter zijn controller in de living – roepend door de headsets naar zijn andere vrienden online, en de andere vrienden die terugriepen, erg intens, en allesoverheersend. Ik probeerde de aliasen te ontcijferen om te weten wie zijn vrienden waren in het echte leven en wie nieuwe online vrienden waren. Meestal bleek het een aaneenrijging

van cijfers en letters te zijn, maar soms was het dan Oskar of Felix die ik wel kende, en soms nieuwe namen die ik niet kende. Ik waarschuwde voor de online vrienden – ik wist uiteraard dat iedereen zich online kan voordoen als een tienjarig jongetje. Uiteindelijk was ik vooral bezorgd en ik zag ze echt niet, die fantastische voordelen. Toch niet bij de games die zo populair leken te zijn. Niet voor niets zijn die vaak ook de meest verslavende, zo bleek achteraf.

De adviezen vermeldde noch de minigokmechanismes die werden uitgelegd door de ex-gamer van het filmpje uit mijn e-mail, noch de ingebouwde verslavende ontwerpen van games zoals pushmeldingen die kinderen naar het spel zuigen of aftelklokken die urgentie creëren. De eerder zachte, vrijblijvende boodschappen leken helemaal niet overeen te stemmen met wat ik thuis zag gebeuren, noch met wat bevriende ouders meemaakten. Ondertussen – zoveel jaar later – lijkt mijn bezorgdheid gegrond: PEGI, de organisatie die de leeftijdsbepalingen voor online games communiceert, heeft in maart 2026 aangekondigd dat er een nieuwe categorie komt om de problematische praktijken mee op te nemen in hun beoordeling – afhankelijk van het soort praktijk zal de aanbevolen leeftijd naar twaalf, zestien of achttien jaar worden verhoogd.⁴ Voor onze zoon en zijn leeftijdsgenoten komt dat tien jaar te laat.

In eerste instantie – door de signalen die ik al had opgevangen bij het gamen – was ik helemaal niet gebrand op het geven van een smartphone aan onze zoon. Maar werkelijk al zijn leeftijdsgenoten kregen er een op hun twaalfde, want ze zouden al gauw naar het middelbaar gaan en zouden dus de bus moeten nemen. Achteraf bekeken is het absurd dat we als ouders collectief leken te denken dat kinderen zonder een smartphone in de broekzak geen bus kunnen nemen. Wij deden dat destijds probleemloos.

Precies op zijn twaalfde verjaardag, en midden in de eerste COVID-lockdown, kreeg onze zoon dan eindelijk het langverwachte cadeau. Het was een tweedehandstoestel, een Android denk ik, en totdat het eindelijk in zijn handen lag die dag, was er vooral spanning en opwindning. Maar deze keer had ik een goed plan. Ik sprak met hem over balans, over school versus scherm, en de smartphone mocht niet mee op de kamer 's avonds. Ik betaalde voor het abonnement, een basis internetabonnement, maar vooral, ik had Family Link, de tool voor ouderlijk toezicht van Google, geïnstalleerd. Daarmee kon ik zijn schermtijd begrenzen, moest hij het vragen vooraleer hij een app mocht downloaden en kon ik zien hoelang hij op welke app was geweest die dag.

Hoe ouders buitenspel worden gezet

Maar een smartphone is klein en het leger gedragspsychologen die voor de sociale media- en gamingbedrijven werken, is groot. De druk om meer schermtijd, meer apps, manifesteerde zich dagelijks. In het middelbaar heb je veel minder contact met de ouders van de vrienden van je kind, dus het is nóg moeilijker om te weten wat de gangbare regels zijn in andere gezinnen. Al vond ik het niet leuk om dit continu te moeten checken en de bijbehorende dagelijkse discussies te voeren over tóch nog een half-uurtje schermtijd, en over het feit dat iedereen TikTok mocht en waarom hij niet, met het ouderlijke toezicht had ik tenminste iets om een verschil te maken. Tot Google, op zijn dertiende verjaardag, hem rechtstreeks een mailtje stuurde met de vraag of hij nog steeds ons ouderlijke toezicht wilde. Volgens de Belgische dataprivacywetgeving was hij op dat moment digitaal meerderjarig geworden, en dus mocht hij zelf beschikken. Je kan je wel inbeelden wat hij koos. Terugblikkend had ik toen moeten ingrijpen en hem moeten verplichten om dit opnieuw te installeren. Maar in

het begin kan je de eventuele gevolgen nog niet overzien, de gangbare adviezen waren om je kinderen te vertrouwen en met hen te spreken, en ik had helemaal geen houvast om een sterkere positie in te nemen. Ik wist trouwens ook helemaal nog niet wat er allemaal stond te gebeuren. In de praktijk betekende het voor mij: weg ouderlijk toezicht.

Zowel de games als de socialemedia-apps in de handen van onze zoon vormden een uitdaging voor ons, en voor veel van de gezinnen rondom ons. Gezinsrelaties leken eronder te lijden en als ouders werden we in de rol van permanente politieagent geduwd. Allemaal probeerden we aan onze kinderen uit te leggen dat huiswerk maken met de smartphone naast je niet lukt, dat meldingen die continu pingen je stresssysteem overbelasten, dat de nek lijdt bij de typische 'smartphonehanghouding'. Dat advies maakte weinig indruk, dus dan doe je wat ouders moeten doen: je stelt hardere regels. Maar dat lukte eigenlijk bij vrijwel niemand.

Als we als ouders samenzaten – nu niet meer aan de schoolpoort, maar op café of restaurant – dan kwamen de verhalen boven: over non-stop meldingen, over fomo (*fear of missing out*), over verpeste gezinsvakanties omdat via Snapchat onze kinderen altijd wisten dat hun vrienden leukere dingen aan het doen waren. Ze deelden verhalen over dertienjarige meisjes die plastische chirurgie wilden, of over de stereotiepe beelden over mannen en vrouwen waarmee hun jongens naar huis kwamen. Theorieën over klimaatopwarming die werden ontkracht, het naar school gaan dat werd afgeschreven als puur tijdverlies, en de ene na de andere commerciële deal die op de schermpjes werd aangeprezen en waar je onmiddellijk moest op ingaan, anders was je die kwijt. Ondertussen, in de echte wereld, zagen we de meningen verstarren en polariseren. De kunst van het gesprek en van het luisteren naar elkaar als mensen, leek als zand tussen onze vingers te glippen. We beeldden het ons niet in. Want steeds meer onderzoek

toont aan dat de algoritmes van sociale media vaak extremere politieke inhoud voorschotelen.⁵ Algoritmes zijn berekeningen die bepalen wat ons langer aan het scherm houdt en die precies daardoor vaker polariserende meningen op ons pad leggen. En dat was de onlinewereld waarin onze kinderen opgroeiden. De beginjaren van sociale media waarin je plots oude vrienden terugvond, leken een lang vergeten droom.

Als ouders probeerden we onze kinderen correct te informeren, in gesprek te gaan over fakenieuws en het te ontkrachten, grenzen te stellen aan schermtijd, erover te waken dat het huiswerk wordt gemaakt zonder dat er een schermstrijd van wordt gemaakt, te zorgen dat er voldoende alternatieven zijn die even of meer interessant zijn dan de apps op de smartphone. Iemand omschreef dat haar rol van ouder in die van een 'animator' was veranderd: als je ervoor wil zorgen dat je kind een goede digitale balans heeft, dan moet je eigenlijk continu andere activiteiten voorzien die minstens even interessant zijn dan wat op het scherm komt. In de krant las ik gelijkaardige commentaren: als leerlingen de lessen op school niet meer interessant vonden, dan was dat niet de schuld van de apps op hun telefoon, maar een teken dat hun lessen te saai waren. Daar moesten ze dan maar iets aan doen...

Dat we zouden falen, dat stond natuurlijk in de sterren geschreven. Want wij volwassenen – ouders en leerkrachten – moeten nu plezieriger en interessanter zijn dan de honderden individuele influencers die zoveel mogelijk duimpjes en kijktijd willen verzamelen om zoveel mogelijk geld te verdienen. Hoe meer duimpjes en volgers, hoe groter namelijk de kans dat een of ander bedrijf hen zal opmerken en betalen om hun producten aan te prijzen. Ze doen dat met fantastisch uitgewerkte filmpjes, provocerende boodschappen en andere lokmiddelen. Op hun beurt zijn zij pionnen in het businessmodel van een klein maar supermachtig groepje

platformbedrijven, die de apps zo ontwerpen dat gebruikers er zo veel mogelijk tijd op spenderen. Want hoe langer een gebruiker op hun app zit, hoe meer reclameruimte ze kunnen verkopen aan bedrijven die reclame willen plaatsen. Dus het kleine groepje techbedrijven voert een nek-aan-nekrace om dé app te zijn waar mensen het meeste tijd op doorbrengen, zodat zij kunnen doorrekenen aan adverterende bedrijven.

En daar moeten we dus tegenop te botsen, tegen de digitale kapers van onze aandacht. Niet alleen tieners, maar ook volwassenen worstelen daar enorm mee. En terwijl we zelf nog leren omgaan met de veelheid aan apps en informatie moet je nu dus ook je kind animeren, fakenieuws ontkrachten en zorgen dat er een digitale balans ontstaat en je kind zich gezond en wel kan verder ontwikkelen. Verbaast het dan dat burn-out van ouders een echt ding is?

En het tragische? Dat passeert allemaal via een voorwerp dat wij zelf aan hen hebben gegeven: de smartphone.

Soms wordt gezegd: ‘Goh, dit is toch net als met de chocolade die opzettelijk op kinderhoogte wordt gelegd in de supermarkt. Het bedrijf wil je kind verleiden en zo in jouw portemonnee zitten, en jij moet het gewoon ertegen beschermen?’ Wel, die vergelijking gaat écht niet op. Want niemand heeft bergen chocolade op tafel liggen, in de sofa of in de broekzak, in onuitputtelijke voorraden. We nodigen toch ook geen fastfoodbedrijf uit om dagelijks bij ons te komen koken, zodat de geur van frietjes en gebraden burgers in het hele huis hangt, terwijl we verwachten dat onze kinderen een appel eten in plaats van een hamburger?

Dat is het enorme, fundamentele verschil tussen de verleiding van chocolade en die van sociale media: de smartphone is klein, altijd aanwezig, de

inhoud erop is eindeloos, de apps zijn onweerstaanbaar, er staat geen stop op, en als je er één op probeert te zetten, is die makkelijk te omzeilen. Als ouder kan je wel proberen je kind te begeleiden, maar word je structureel buitenspel gezet.

Het moment dat ik wist: dit moet anders

Weerom, als ik op zoek ging naar adviezen om te begrijpen wat er in ons gezin aan het gebeuren was, vond ik weinig dat me kon helpen. Sociale media-apps, zo werd gezegd, waren vooral leuk voor kinderen, want ze kunnen er filmpjes posten en contact leggen met elkaar of nieuwe dingen leren. De verslavende kracht van de apps werd – althans tot vrij recent – nauwelijks benoemd. Het strookte niet met onze ervaringen, noch met die van vrijwel alle ouders rond mij. Nochtans – we schrijven ondertussen 2024 – was er op dat moment meer en meer bekend over de algoritmes die Meta, TikTok of YouTube gebruiken om de aandacht te lokken van hun gebruikers.

Frances Haugen, een klokkenluider die bij Meta had gewerkt, het bedrijf achter Instagram, Facebook en WhatsApp, had al in 2021 in de Amerikaanse Senaat blootgelegd hoe het bedrijf telkens weer winstobjectieven najaagde ten koste van het welzijn van jongeren.⁶ Er werd ook meer bekend over hoe de oneindige *scroll* – waarbij je tijdlijn nooit stopt en je dus oneindig kan blijven doorscrollen en die geperfectioneerd werd in de megapopulaire app TikTok – leidde tot tieners die uren per dag versleten op de app. En de *Snap Streak* – waarbij je dagelijks ten minste één bericht moet sturen naar honderden ‘vrienden’ in Snapchat – had ik ook al aan het werk gezien bij ons thuis. Het begon me te dagen dat dit een gigantische, ontwortelende impact had op gezinnen, al was het

bij sommige minder erg dan bij andere. Waarom deden we dit? Puur en alleen voor het winstbejag van een handvol van de rijkste bedrijven ter wereld. Het plaatje begon barsten te vertonen.

Dat jaar verschenen er in de Vlaamse pers meer en meer artikels over de nefaste effecten van sociale media, waarin soms een neuroloog, dan weer een psychiater of nog een andere medische expert aan het woord kwam, telkens opnieuw een ander problematisch effect op het welzijn van jongeren belichtend. Toen in de lente van 2024 het rapport van de Franse regering uitkwam over de impact van schermen en sociale media op jongeren⁷, was ik ervan overtuigd dat de nieuwe Vlaamse regering niet anders kon dan dit nu eindelijk ook aan te pakken. Halleluja, het smartphone- en socialemediaverhaal van onze dochter zou niet hetzelfde zijn als dat van onze zoon en zijn vrienden...

Ik herinner me mijn ongeloof toen ik het regeerakkoord een paar maanden later las. De Vlaamse regering beloofde een onderzoek te starten naar de effecten van socialemedia-apps op jongeren. Nog een onderzoek? Waren onze Vlaamse jongeren dan genetisch zo anders dan de Franse, Australische of Amerikaanse jongeren? De vele onderzoeken die ondertussen gepubliceerd werden over een hele resem effecten moesten worden herhaald voor Vlaamse jongeren, en nóg meer tijd zou verloren gaan?

Het regeerakkoord, en het gebrek aan daadkrachtig beleid erin, was de vonk die me deed overgaan tot actie. Eerder dat jaar had ik gehoord over Smartphone Free Childhood, de ouderbeweging uit het Verenigd Koninkrijk die gezamenlijke afspraken faciliteert tussen ouders om de aankoop van de smartphone voor kinderen uit te stellen. Dat was wat ik ook wilde: een manier om dit collectieve oudergevoel hard te maken, een soort ouderlijke alliantie tegen de tsunami waar we allemaal willens

nillens door moesten gaan. Onze dochter was ondertussen bijna tien. Het was erg dringend, ik had maximaal nog een jaar. Ik stuurde een bericht naar de ouders van de klasgroep.

Er waren nog twee andere ouders uit de klasgroep die hun schouders onder een ouderbeweging wilden zetten: Thijs en Leslie. In juni 2024 waren we al wat beginnen brainstormen, maar de zonnige dagen van de zomervakantie hadden de smartphonezorgen een beetje op de achtergrond geduwd. Tot we in september toch weer de hete adem van de nakende groepsdruk in onze nek voelden – ondertussen zaten onze kinderen in het vijfde leerjaar.

Toch duurde het nog een aantal maanden voor we echt in actie konden schieten. We gingen op zoek naar een passende naam die iedereen zou aanspreken. Eens we die hadden, kwam een mama uit de klas, Marie, die grafisch designer is, plots uit het niets met een ijzersterk logo. Toen het KidsUnplugged-logo naar ons terug staarde vanuit haar mail voelden we meteen dat dit het was. Een warme, uitnodigende basis om een beweging van en voor ouders mee uit te bouwen. Het was ondertussen al november 2024. De klok tikte.

Tijdens een impromptu brainstorm met Thijs en Bram, een bevriend journalist, op de trappen van de sporthal van de VUB, liet ik een ballonnetje op: komaan mannen, we gaan live nog voor kerst. De boodschap zou zijn: ‘Leg geen smartphone onder de kerstboom.’ Het was waanzin, want we hadden maar drie weken, maar langer wachten was nu echt riskant, want het was al rijkelijk laat voor onze kinderen. Bram, zelf ook papa van twee zonen, ging eens polsen bij zijn redactie of er interesse was. Check. Vanaf toen was het alle hens aan dek.

Op zaterdag 14 december ging de KidsUnplugged-website live en werden we uitgenodigd op de radio- en nieuwsredactie van de Brusselse zender Bruzz om over deze nieuwe ouderbeweging te komen vertellen. Naast veel berichtjes en applaus van vrienden en familie, was het twee dagen muisstil. Toen kwam de enorme twijfel: waarom pikten andere kranten dit niet op? Waar bleven de reacties van ouders? Waren wij toch helicopterouders en was dit irrelevant voor de rest van de maatschappij?

Het bleek stilte voor de storm – gelukkig maar. De dinsdag erop stond het nieuws over deze nieuwe beweging plots in alle Vlaamse kranten. We werden gebeld door de VRT om 's avonds te gaan spreken op *VRT NWS Laat*. Het was pure ouderkracht die ons tot dit punt had gebracht. Niet alleen Thijs, Leslie, Bram, Marie en ik, maar ook op de VRT herkende elke ouder – de visagiste, de producer, de schoonmaker – zich in onze boodschap. Want iedereen leek wel tenminste één situatie met jonge tieners te kennen waar het erg fout aan het lopen was. Onze eerste missie – dit onderwerp in het nieuws brengen – was alvast geslaagd.

Ankatrin begon het stap voor stap te dagen: dit wil ik niet voor onze kinderen

Eerste stap: het leven in de marketing

Bijna meteen na mijn studies economie, rond 2010, belandde ik bij een groot marketingbedrijf. Ik deed er mijn eerste werkervaring op en vond het geweldig: nadenken over welke producten mensen willen en marketing-campagnes bedenken om ze vervolgens te overtuigen om die producten ook te kopen. Ik kon al mijn creativiteit kwijt in het op punt zetten van

televisiespotjes, het zoeken van de perfecte stem om een filmpje over 'mijn' merk te begeleiden, het maken van affiches, het urenlang discussiëren over de perfecte slagzin. Kortom: dit was erg leuk, creatief werk.

Als merk aanwezig zijn op sociale media begon stilaan op te komen, en dat maakte dus ook beetje bij beetje deel uit van mijn job. Betaalde advertenties op sociale media bestonden toen nog niet, maar we maakten als merk wel een account aan om bijvoorbeeld recepttips te delen of om vragen van consumenten te beantwoorden. Wat we vroeger enkel offline deden, deden we nu ook online.

Na een tijdje begonnen de socialemediabedrijven in te zien dat ze hier geld mee konden verdienen.

De eerste generatie sociale netwerken, zoals MySpace en later Facebook (in zijn beginjaren), hadden een vrij simpel doel: een profiel maken, vrienden toevoegen en berichten en foto's delen. De tijdlijn was chronologisch en eindig: je zag wat je vrienden recent hadden gepost. Eens je alles van hen had gezien, was de tijdlijn 'op' en was er niets meer te zien. Er zat weinig slimme of doordachte selectie achter. Het idee was: dit zijn je vrienden en dit is wat zij doen.

De sociale netwerken zaten eigenlijk op een gigantische berg informatie: mensen delen op die platformen niet enkel hun naam en leeftijd, maar door middel van hun foto's, hun likes en hun shares, delen ze impliciet ook wat ze leuk vinden, met wie ze bevriend zijn en naar welke plekken ze gaan. Door de opkomst van smartphones had je de apps ook permanent mee in je broekzak, in plaats van enkel op je laptop thuis. Dat soort informatie is van onschatbare waarde voor adverteerders. Stel dat je producent was van een energiedrankje, dan kon je vanaf nu heel specifiek reclame