



Jongeren, Communicatie & Klimaat

Diversiteit van klimaatuitdagingen bij 15-24-jarigen in België



Deze studie werd gerealiseerd door UCLouvain voor rekening van de FRDO.

De in dit verslag naar voor gebrachte standpunten zijn deze van UCLouvain en geven niet noodzakelijk de standpunten van de FRDO-leden door. Publicatiedatum: november 2022.



Een onderzoek van UCLouvain

Gecoördineerd door het MiiL ©2022 Vertaler: Alexandra Meurisse Dit is een vertaling van het oorspronkelijk in het Frans geschreven rapport.

Om naar dit rapport te refereren: Ducol, L. Anciaux, A., Catellani, Lits, G., Galand, B., Nils, F., Rihoux, B. et Cougnon, L.-A. (2022). *Jongeren, Communicatie & Klimaat. Diversiteit van uitdagingen bij 15-24-jarigen in België*. Rapport van de UCLouvain op verzoek van de Federale Raad voor Duurzame Ontwikkeling.



Inhoudstafel

Samenvatting van het onderzoek.....	5
Inleiding	6
Deel 1. Literatuurstudie	8
Samenvatting van het hoofdstuk.....	8
Inleiding.....	9
1.1 Perceptie van klimaatverandering	10
1.1.1 Algemene percepties	10
1.1.2 De perceptie van jongeren.....	11
1.2 Engagement van jongeren voor het klimaat.....	12
1.2.1 Een definitie van engagement	12
1.2.2 Variabelen die het engagement beïnvloeden.....	13
1.2.3 Belemmeringen voor engagement	13
1.3 Precariteit en klimaatverandering	14
1.3.1 Klimaatverandering, een bron van bezorgdheid... en spanning	14
1.3.2 Sociale rechtvaardigheid, klimaatrechtvaardigheid: het ondenkbare van de ecologische crisis	16
1.3.3 NEET-jongeren.....	18
1.4 Specifieke kenmerken van jongeren op gebied van communicatie	20
1.4.1 Jongeren en communicatie	20
1.4.2 Jongeren en communicatie over het klimaat.....	21
1.5 Onderwijs en werkgelegenheid: welke toekomst voor jongeren?	25
1.5.1 Jongeren, klimaat en onderwijs	25
1.5.2 Jongeren, klimaat en werkgelegenheid	26
Deel 2. Methodologie van de enquête	29
Samenvatting van het hoofdstuk	29
Inleiding.....	29
2.1 Vragenlijst.....	30
2.1.1 Opzet van de vragenlijst: “Hey jij, wat denk jij over het klimaat?”	30
2.1.1 Verspreiding van de vragenlijst.....	33
2.1.3 Profielen en beperkingen	44
2.2 Focusgroepen.....	50
2.2.1 Theoretische opbouw	50
2.2.2 Het verloop.....	52
2.2.3 Resultaten en beperkingen	54
Deel 3. Analyse van de resultaten.....	57

3.1 Analyse van de enquêtegegevens.....	57
3.1.1 Jongeren en het klimaat.....	58
3.1.2 Jongeren, school en werk.....	71
3.1.3 Jongeren en klimaatcommunicatie.....	75
3.2 Personae.....	87
3.2.1 Methodologie voor de samenstelling van de personae.....	88
3.2.2 Voorstelling van de personae.....	90
Deel 4. Aanbevelingen.....	119
4.1 Aanbevelingen van deskundigen.....	119
4.1.1 Aanbevelingen op het gebied van communicatie.....	119
4.1.2 Aanbevelingen voor het beleid.....	120
4.2 Aanbevelingen door jongeren, voor jongeren.....	121
Bibliografie.....	125

Samenvatting van het onderzoek

Hoe kijken de jonge Belgen naar hun toekomst? Daarover gaat dit onderzoek. Deze vraag stelt ons in staat de standpunten van diverse jongeren te onderzoeken. Deze standpunten hebben betrekking op hun begrip en perceptie van de verschijnselen die verband houden met klimaatverandering, op hun manieren om zich over deze kwestie te informeren, alsook op hun kijk op het onderwijs dat zij hebben genoten en de toekomst die de arbeidsmarkt voor hen in petto heeft.

Om deze kwesties empirisch te begrijpen, werd een dubbel praktijkonderzoek uitgevoerd. Het eerste kwantitatieve gedeelte maakte het mogelijk de tendensen vast te stellen in de praktijken en de percepties van de verschillende categorieën jongeren die werden ingedeeld volgens sociodemografische criteria. Het tweede kwalitatieve gedeelte maakte het mogelijk deze gegevens te verfijnen dankzij focusgroepen die peilden naar de mening van de meest precare jonge Belgen. Dit veldwerk bevestigt de noodzaak om rekening te houden met een grote diversiteit binnen de sociale groep 'jongeren' (15-24 jaar), aangezien er aanzienlijke verschillen worden waargenomen, met name tussen sociaal-economische categorieën, maar ook tussen leeftijdsgroepen.

Teneinde deze vaststellingen te doorgronden en de gesegmenteerde analyse van de jongeren te verdiepen, werden er personae uitgewerkt. Zo ontstonden er zeven elkaar uitsluitende profielen van jongeren, niet om hen in een hokje te plaatsen, maar om gepersonaliseerde oplossingen voor te stellen op basis van hun verschillende praktijken en waarden.

De resultaten van dit onderzoek maken het mogelijk aanbevelingen te formuleren met betrekking tot zowel de perspectieven van klimaatcommunicatie ten aanzien van jongeren als de beleidsperspectieven voor het bevorderen van hun participatie. Deze aanbevelingen worden zowel algemeen geformuleerd, als specifiek voor elke vastgestelde persona. Ten slotte zijn de aanbevelingen afkomstig van zowel de jongeren zelf, als van de deskundigen die het onderzoek hebben uitgevoerd.

Inleiding

Ik zou graag meer uitleg krijgen over klimaatverandering via aansporingsberichten. Ik denk dat mensen hierdoor het meest gemotiveerd worden om zich in te zetten, omdat ze inspirerende trajecten zien en zich realiseren dat je iets concreets kunt doen om het systeem te veranderen: ze zien iets [een inspirerend traject] voorbijkomen en in feite worden er tientallen, honderden, duizenden mensen uit hun schulp gelokt. We weten niet waar ze vandaan komen. Maar ze zijn er en ze zeggen: "Ik wacht al drie jaar op iemand die op mijn deur klopt en zegt: kom en doe iets groots om datgene te redden waar je om geeft."

[Anonieme respondent, enquête Jongeren, Communicatie en Klimaat, 2022]

De inspirerende trajecten waarover deze jonge respondent spreekt, zijn precies de trajecten die de enquête heeft willen ontdekken en bestuderen: wat inspireert jonge Belgen om in actie te komen voor het klimaat? Deze getuigenis bevat veel informatie omdat in één enkel fragment een aantal belangrijke resultaten van onze enquête wordt belicht: de meeste ondervraagde jongeren hebben er behoefte aan geïnspireerd te worden door voorbeelden en tot concrete handelingen te worden opgeroepen.

Deze resultaten – naast vele andere verkregen aan het eind van de enquête – hebben betrekking op de specifieke kenmerken van jongeren op het gebied van communicatie, toegang tot informatie, waarden, engagement en toekomstvisie. En dit rekening houdend met de klasse van jongeren in hun diversiteit. De jongeren die aanwezig waren tijdens de acties van klimaatspijbelars in 2018-2019 kregen bijzondere aandacht (zowel wetenschappelijk als in de media), maar het is wel degelijk de gezamenlijke jeugd die getroffen wordt door de gevolgen van de klimaatverandering. De Belgische jongeren die niet noodzakelijk bij de klimaatbeweging betrokken zijn, worden echter zelden gehoord of ondervraagd. Om de valkuilen van diversiteit in haar traditionele en dichotome opvatting (man/vrouw, opgeleid/minder opgeleid, rijk/arm, ...) te vermijden, bestudeerden de onderzoekers in deze studie niet alleen het gevarieerde sociaal-economische profiel van jongeren, maar ook de diversiteit van de waarden die zij naleven en de emoties die hen drijven. Er bestaat geen echte consensus over de leeftijdscategorie waarmee rekening moet worden gehouden wanneer over 'jeugd' wordt gesproken. Wij kiezen hier voor de definitie die sinds 1981¹ in de statistieken van de Verenigde Naties wordt gebruikt en wij beperken ons dus tot personen tussen 15 en 24 jaar.

Door een kwantitatieve enquête via vragenlijsten bij 1.000 Belgische jongeren te combineren met een kwalitatieve enquête via focusgroepen bij meer kwetsbare Belgische jongeren, stelt deze studie concrete resultaten en aanbevelingen voor, aangepast aan een publiek van 15- tot 24-jarigen, gegroepeerd in 7 profielen, die we personae zullen noemen. Voor elk profiel worden specifieke kenmerken belicht inzake onderwijs over klimaatkwesties, jongerencommunicatie, berichtgeving in de media en beleidssuggesties dankzij de getuigenissen die tijdens de verschillende fasen van het veldwerk zijn afgenomen.

In het hele verslag gebruiken wij de term klimaatverandering. Hoewel de term 'opwarming van de aarde' dikwijls voorkomt, is deze tegelijk minder nauwkeurig en te precies. Opwarming is in feite slechts een van de gevolgen van klimaatverandering. Bovendien werd in het originele Franse rapport deze term in het meervoud gezet, wat niet zonder betekenis is. Zo wordt rekening gehouden met de vele effecten van deze verandering. Jean-Pascal van

¹ <https://www.un.org/fr/global-issues/youth>

Ypersele beveelt dit aan, in overeenstemming met het Raamverdrag van de Verenigde Naties². Dit verdrag definieert klimaatverandering als: "veranderingen in het klimaat die direct of indirect worden toegeschreven aan menselijke activiteiten die de samenstelling van de mondiale atmosfeer veranderen en die bovenop de natuurlijke klimaatvariabiliteit komen die over vergelijkbare perioden is waargenomen" (VN, 1992).



Het onderzoeksrapport van het project *Jeugd, communicatie en klimaat* wordt als volgt ingedeeld. Een overzicht van de wetenschappelijke literatuur toont het onderzoek naar jeugd, communicatie en klimaat en belicht de lacunes die er in de wetenschappelijke kennis hierover nog bestaan. In het methodologische gedeelte wordt ingegaan op de verschillende strategieën die in 2022 zijn aangenomen om informatie te verzamelen en een diverse populatie te bereiken. Vervolgens worden de voordelen en beperkingen van de methode besproken. De onderzochte populatie wordt vervolgens gepresenteerd in de vorm van beschrijvende statistieken waarvan de voornaamste kruisverwijzingen met de variabelen inzake klimaatverbintenissen de gegevens voeden en actualiseren die momenteel beschikbaar zijn voor de verschillende nationale en internationale onderzoeksinstellingen. Pas na deze presentatie geven de personae ritme aan de structurering van de variabelen. Elke persona wordt weergegeven met zijn belangrijkste kenmerken en vervolgens met zijn behoeften, verlangens en zijn eigen communicatiestrategie. Het laatste deel van het rapport bestaat uit de aanbevelingen die het gehele interdisciplinaire onderzoekscomité van het project heeft opgesteld op basis van de resultaten van de enquête.

Via dit rapport zullen wij de stem van de jongeren laten horen, door schriftelijke of mondelinge getuigenissen, zodat zij ons zonder omwegen kunnen inlichten over wat hen uniek, divers en gemotiveerd maakt.

2

https://unfccc.int/files/cooperation_and_support/cooperation_with_international_organizations/application/pdf/convfr.pdf

Deel 1. Literatuurstudie

Samenvatting van het hoofdstuk

Uit dit literatuuroverzicht komen verschillende belangrijke tendensen naar voren. Ten eerste lijkt het duidelijk dat de meerderheid van de Europese bevolking zich nu bewust is van de problemen in verband met klimaatverandering. Het is dan ook niet langer nodig om over deze kwesties te blijven communiceren. Anderzijds werd vastgesteld dat de betrokken burgers deze veranderingen als complexe en vage verschijnselen beschouwen en dat hun sociale omgeving (waaronder de rol van familie, vrienden, leraren en de media) bepalend is voor de vorming van hun perceptie.

Wat zijn de specifieke kenmerken van jongeren op dit vlak? Jongeren zijn niet significant meer of minder milieuvriendelijk dan de oudere bevolking, maar de aanvaarding van de antropocentrische oorsprong van de klimaatverandering komt bij deze bevolkingsgroep vaker voor. Zij hebben ook meer vertrouwen in wetenschappelijke bevindingen dan ouderen, maar deze bevindingen moeten naar behoren worden gepopulariseerd. Ten slotte is deze bevolkingsgroep specifiek in de hybride manier van betrokkenheid: zowel online als offline.

Jongeren die zich engageren, geven de voorkeur aan nieuwe vormen van mobilisatie, vaak voor specifieke doelen, omdat zij bijzonder gedreven lijken door het geloof in de mogelijke resultaten van hun politieke actie. Omgekeerd vormt het gevoel van machteloosheid (dat voortkomt uit de algemene indruk van collectieve passiviteit, de overtuiging dat het al te laat is, het gebrek aan kennis over oplossingen, ...) een belangrijke drempel voor hen om zich te engageren. Daarom werken veel onderzoekers aan nieuwe onderwijsvormen die dit engagement kunnen bevorderen.

Bovendien blijkt uit sommige studies dat veel jongeren zich steeds meer zorgen maken over klimaatverandering, vooral omdat het vooruitblikken naar de toekomst niet sociaal neutraal is. In een groot deel van de literatuur wordt de klimaatzaak immers gekoppeld aan de sociale dimensie (vermindering van de ongelijkheid), vooral vanwege de ongelijke verdeling van de gevolgen van de klimaatverandering met betrekking tot sociale klassen en geografische ligging. Daarom stellen de auteurs een ecologische transitie voor die tot doel heeft de ongelijkheden te verminderen.

In de context van ongelijkheden vormen jonge NEETs³ een bijzonder kwetsbare bevolkingsgroep, omdat zij worden uitgesloten van school, opleiding en werk, met andere woorden van drie belangrijke instrumenten voor bewustmaking en mobilisatie. Het NEET-zijn lijkt negatief samen te hangen met het gevoel van individuele verantwoordelijkheid, aangezien mensen zich alleen verantwoordelijk kunnen voelen voor het welzijn van hun gemeenschap als zij het gevoel hebben dat hun rechten gewaarborgd zijn. Het terugdringen van het NEET-percentage lijkt dan ook van fundamenteel belang en zou kunnen worden bereikt door investeringen in inclusief onderwijs en in de versterking van overheidsdiensten, in het bijzonder voor de overgang van school naar werk. Om het NEET-percentage terug te dringen, zal ook rekening moeten worden gehouden met de herhalingsmechanismen van sociale omstandigheden die van generatie op generatie optreden.

Wat de klimaatcommunicatie betreft, blijkt dat deze soms het gevoel van psychologische afstand tot de realiteit van de klimaatverandering heeft versterkt. Catastrofale verhalen kunnen daartoe hebben bijgedragen, aangezien

³ NEETs: jongeren tussen 15 en 24 jaar die geen opleiding, onderwijs of vorming volgen en niet aan het werk zijn. NEET = not in education, employment or training.

de accumulatie van wetenschappelijke feiten niet voldoende is om tot actie over te gaan. Anderzijds heeft communicatie die een afstand creëert (catastrofaal, veralgemenend, ...) de neiging haar publiek te demobiliseren als het gevoel van handelingsbekwaamheid niet wordt versterkt. De auteurs adviseren daarom positieve en aantrekkelijke communicatie te ontwikkelen en vooral het publiek te begrijpen om de boodschap aan te passen. Het voorstel van een informatieve vaccinatiestrategie lijkt veelbelovend op het gebied van desinformatie over klimaatverandering, vooral als deze strategie gericht is op een jong publiek, in het bijzonder door hen te groeperen op basis van waarden (in opbouw).

De *state of the art* heeft ook aangetoond dat milieueducatie verbeterd kan worden, bijvoorbeeld door het discours van demotivatie van individuen te verminderen om het gevoel van empowerment te vergroten, en ook door leraren op te leiden om over deze onderwerpen te communiceren. Ook is het raadzaam zo vroeg mogelijk in het basisonderwijs eindtermen op te nemen die verband houden met het vermogen van jongeren om politieke systemen al dan niet te beïnvloeden, met een maatschappijkritische en op empowerment gerichte focus. Onderwijs kan ook een belangrijke rol spelen bij het terugdringen van het aantal NEETs, door deel te nemen aan een *drievoudige dividendactie* die de ecologische voetafdruk zou verkleinen, banen zou scheppen en een aantal essentiële goederen en diensten toegankelijk zou maken. Milieueducatie moet verder gaan dan school en hoger onderwijs, bijvoorbeeld via participatieve gemeenschapsevenementen.

Ten slotte blijkt uit de literatuur betreffende de professionele uitdagingen van de klimaatproblematiek bij jongeren dat werk en de bijbehorende risico's door een groot deel van de Belgische jongeren (47%) worden beschouwd als een bron van bezorgdheid die kan concurreren met bepaalde verplichtingen, zoals het milieuengagement. De ontwikkeling van een klimaattransitie kan echter een kans vormen om nieuwe beroepsmogelijkheden te creëren, aangezien veel sectoren zich noodzakelijkerwijs zullen moeten ontwikkelen, transformeren of verbeteren. In deze context is het begrip *groene werkgelegenheid* ontstaan, een baan waarmee goederen of diensten kunnen worden geproduceerd die het milieu ten goede komen of die bijdragen tot het behoud van natuurlijke hulpbronnen.

Inleiding

De literatuurstudie biedt de mogelijkheid om actueel en ouder onderzoek uit verschillende disciplines over de relatie tussen jongeren en klimaatverandering te bestuderen. Het verband tussen jongeren en het klimaat en de achterliggende communicatievraagstukken worden in vele passages van internationale wetenschappelijke literatuur belicht. Aan het eind van dit overzicht zullen we echter zien dat er bepaalde lacunes zijn vastgesteld. Ten eerste richt het grootste deel van het onderzoek naar de perceptie van klimaatverandering en naar de antwoorden die daarop moeten worden gegeven, zich op de beroepsbevolking (Marlon et al., 2019; Weber, 2010). De onderzoeken die betrekking hebben op jongeren zijn zeldzamer (Lee et al., 2020; Corner et al., 2015), vooral op nationaal Belgisch niveau (Pleyers, 2020; 2016). Als er wel onderzoek wordt gedaan naar jongeren, dan is dat vooral naar geëngageerde jongeren en jonge activisten in België (Kenis, 2021; Waeterloos et al., 2021). Veel minder naar *doorsnee* jongeren, zonder bijzondere betrokkenheid bij of motivatie voor het klimaat. Daarom wil het project *Jongeren, Communicatie en Klimaat* bijdragen tot een beter begrip van de opvattingen over het klimaat van Belgische jongeren in hun diversiteit. Laten we eerst de bijdragen van de verschillende disciplines samenvatten.

De communicatie- en informatiewetenschappen (hierna CIW) hebben zich vooral beziggehouden met de relatie tussen burgers en klimaatverandering. Zij hebben veel aandacht besteed aan een beter begrip aangaande de uitdagingen van klimaatcommunicatie, aan de relatie tussen jongeren en informatie, aan de rol van de boodschapper in de doeltreffendheid van de overgebrachte boodschappen en aan de rol van de sociale media bij

het begrijpen van klimaatveranderingskwesties (Catellani *et al.*, 2021a; Khadka *et al.*, 2021; Doyle, 2020; Libaert, 2019; Ojala & Bengtsson 2019; Marshall, 2017; Ojala & Lakew, 2017; Corner *et al.*, 2015; Pidgeon, 2012). De sociologie heeft op deze gebieden ook naam gemaakt met haar theoretische bijdragen over de voorstellingen en praktijken van sociale actoren, over de redenen voor hun (niet-)engagement en over het begrip van de rol van onzekerheid en uitsluiting bij jongeren (Rosset en Félix, 2022; Anciaux, 2020; Pollet en Thier, 2016). Ook de psychologie heeft deze kwesties onderzocht, met name door de individuele determinanten van desinteresse in klimaatkwesties te bestuderen (Lee *et al.*, 2015; Uitto *et al.*, 2015; Peters *et al.*, 2013). Tegelijkertijd hebben de onderwijswetenschappen concrete antwoorden gegeven op de verbanden tussen scholen en de ecologische transitie (Morin *et al.*, 2022; 2019; Jorgenson *et al.*, 2019; Zamora-Polo *et al.*, 2019). Ten slotte hebben economie en politieke wetenschappen deelgenomen aan deze studies, in het bijzonder gericht op de behoeften van de arbeidsmarkt bij de uitvoering van een ecologische transitie en de vermindering van ongelijkheden binnen deze transitie (Roland Berger, 2021; Simões en Brito do Rio, 2020; Međugorac *et al.*, 2019).

Al deze multidisciplinaire studies worden hier vermeld omdat ze allemaal bijdragen tot een beter begrip van de relatie tussen jongeren en het klimaat. Om het wetenschappelijk overzicht te vervolledigen, presenteren wij in dit deel ook de werken uit de niet-academische wereld (rapporten, video's, verslagen, ...), afkomstig uit de institutionele en verenigingswereld, die een belangrijke plaats innemen in dit project en waarvan de bijdrage eveneens fundamenteel is.

Het hoofdstuk is als volgt samengesteld. Deel 1.1 is gewijd aan werken die licht werpen op de **perceptie** van klimaatverandering **door jongeren**. Deel 1.2 bevat een samenvatting van het onderzoek naar het **engagement en de desinteresse van jongeren** ten aanzien van het klimaat. Deel 1.3 behandelt in het bijzonder de literatuur over de relatie tussen **precariteit en klimaatverandering**. Deel 1.4 gaat over **communicatiestrategieën** voor jongeren, en ten slotte 1.5 over het **onderwijs** voor jongeren en de relatie van jongeren tot de **professionele wereld**.

1.1 Perceptie van klimaatverandering

1.1.1 Algemene percepties

De opvattingen van burgers over klimaatverandering vormen een belangrijke pijler van de huidige klimaatproblematiek, want hoewel politieke actie een fundamentele drijfveer is, zijn wij, in navolging van Antronico *et al.* (2020), van mening dat het in de eerste plaats de publieke opinie is – en niet alleen wetenschappelijk bewijs of economische kwesties – die regeringen beïnvloedt om actie te ondernemen. De perceptie van de burgers kan betrekking hebben op het wetenschappelijk discours, op de gevolgen van de klimaatverandering of op het overheidsbeleid ter beperking van de klimaatverandering. Het is algemeen bekend dat de Europese bevolking (Lefébure, 2020; Corner *et al.*, 2015), en in het bijzonder de Belgen, de klimaatverandering erkennen als een fundamenteel probleem voor de mensheid: "80% van de Belgen beschouwt de klimaatverandering als een probleem dat dringend actie vereist" (Climate, 2021: 106). Bovendien beschouwt 93% van de Europeanen de klimaatverandering als een "probleem" en 78% als een "zeer ernstig probleem" (Eurobarometer, 2021).

Klimaatverandering wordt dus algemeen beschouwd als een probleem, maar het komt niet voor in de dagelijkse zorgen van Europeanen, die meer belang hechten aan kwesties in verband met werkgelegenheid en gezondheid (Corner *et al.*, 2015). Evenmin is klimaatverandering te vinden in de belangrijkste mondiale bekommernissen, waartoe ook armoede en oorlog behoren (Eurobarometer, 2019). De meest recente studies, waaronder de bovengenoemde studie van de Europese Unie (Eurobarometer, 2021), wijzen echter op een recente verandering in deze tendens. "Voor het eerst staat klimaatverandering bovenaan (18%) van de meest ernstige problemen waarmee de wereld wordt geconfronteerd" (Eurobarometer, 2021: 9). Deze verandering is des te opvallender in

België, waar "een kwart van de respondenten (25%) de klimaatverandering als het belangrijkste probleem van de wereld beschouwt". "Klimaatverandering staat in België op de eerste plaats in deze enquête, terwijl het in 2019 als het op één na ernstigste probleem voor de wereld werd ervaren" (Eurobarometer, 2021: 9). Deze enquêtes moeten worden bijgewerkt naar aanleiding van de recente crisissituaties die zich op wereldniveau voordoen (met name de energiecrisis), waardoor de klimaatverandering op de achtergrond dreigt te raken, aangezien deze nieuwe crisissen het dagelijks leven van de mensen beïnvloeden.

Talrijke studies, met name in de psychologie, gezondheidspsychologie en sociale psychologie, proberen een verklaring te vinden voor de verschillen in perceptie van klimaatverandering (Clayton & Manning, 2018; McDonald, *et al.* 2015). De kwestie van risicoperceptie staat hierbij centraal (Bradley *et al.*, 2020; Sheeran *et al.*, 2014), met name onder de noemer *Fear appeal theory* (Chen, 2016; Peters *et al.*, 2013). Sommige studies richten zich op de voorspelling van deze percepties en benadrukken de centrale rol van onderwijs (Brosch, 2021; Xie *et al.*, 2019; Lee *et al.*, 2015). Van der Linden (2015) laat zien dat **ervaringsfactoren** en sociaal-culturele factoren het meest invloed hebben. Ervaring, affect, normen, waarden en kennis zijn dus belangrijke predictoren. Dit onderzoek concludeert ook dat **morele verplichtingen** een cruciale rol spelen bij het bepalen van klimaatbetrokkenheidsintenties (Chen, 2016), net als geslacht, politieke partij, kennis van oorzaken, gevolgen en reacties op klimaatverandering, en persoonlijke ervaring met extreem weer (Climate, 2021; Xie *et al.*, 2019). Tot slot benadrukken deze studies de diversiteit van predictoren per regio. Inzicht in de antropogene verantwoordelijkheid voor klimaatverandering is bijvoorbeeld de sterkste predictor van percepties van klimaatverandering in Latijns-Amerika en Europa, terwijl percepties van lokale temperatuurverandering de sterkste predictor is in de meeste Afrikaanse en Aziatische landen (Lee *et al.*, 2015).

1.1.2 De perceptie van jongeren

Jongere bevolkingsgroepen, vooral tieners en jonge volwassenen, lijken een even sterke, en volgens sommige onderzoeken zelfs sterkere, belangstelling te hebben voor klimaatkwesties (UNDP, 2021; Pollet en Thier, 2016; Corner *et al.*, 2015). In 2016 lanceerde de RTBF een grote enquête bij 30.000 Belgen tussen 15 en 34 jaar, genaamd "Génération Quoi?" (RTBF, 2016). Uit deze enquête blijkt dat ondanks grote werkloosheidsproblemen en de moeilijkheid om een plaats in de samenleving te bemachtigen, de ondervraagde jonge Belgen het milieu als hun grootste zorg beschouwen. Net als bij andere leeftijdsgroepen wordt de zorg voor het milieu echter vaak tenietgedaan binnen concurrerende zorgen (onderwijs, werkgelegenheid, sociale integratie, ...) (Corner, 2015). Libaert (2020: 79) raadt zelfs aan "zich geen illusies te maken" door te veronderstellen dat achter de klimaatstakingsbewegingen van 2018/2019 een uniforme bewuste en geëngageerde generatie staat. Andere studies tonen immers aan dat het moeilijk lijkt echte verschillen vast te stellen tussen jongeren en andere bevolkingsgroepen. Rosset en Félix (2022: 8) concluderen bijvoorbeeld aan de hand van een kwantitatieve enquête onder Zwitserse jongeren dat deze laatsten "noch significant meer, noch significant minder gunstig staan tegenover het milieu dan ouderen". Bepaalde variabelen beïnvloeden namelijk de perceptie van het klimaat door jongeren. Wij lichten ze hieronder toe.

De eerste variabele is het **kennisniveau** van deze probleemgebieden (ozonlaag, smeltend ijs, stijgende temperaturen, overstromingen, ...). Het kennisniveau van de problematiek hangt gunstig samen met de erkenning van de klimaatverandering. Er zijn echter aanzienlijke onderzoeksgegevens die aantonen dat het begrip van klimaatveranderingsverschijnselen bij de meeste jongeren over het algemeen slecht is (de Beer de Laer, 2021; Hirtt, 2019; Bodzin, 2012). Uit het rapport van Hirtt (2019), dat jonge Belgische scholieren over dit onderwerp bevroeg, blijkt bijvoorbeeld dat slechts 13% van de leerlingen het mechanisme waardoor CO₂ de opwarming van de aarde veroorzaakt correct identificeert en dat 44% CO₂ ten onrechte toeschrijft aan de vernietiging van de ozonlaag. Niettemin is "kennis een voorwaarde voor een sterk en duurzaam bewustzijn" (Hirtt, 2019: 39). Desondanks verhinderen deze verwarringen de acceptatie niet van de antropocentrische oorsprong van de

klimaatverandering, die onder jongeren hoger blijkt te zijn dan onder de algemene bevolking (Corner et al., 2015). Verder is het vertrouwen in de wetenschap ook hoger onder jongeren (Fløttum et al., 2016). Samengevat zien 15-24-jarigen klimaatverandering als een complex en onduidelijk verschijnsel, maar erkennen zij de gevaren ervan, vooral omdat zij geneigd zijn meer vertrouwen te hebben in wetenschappelijke bevindingen dan ouderen.

Een tweede variabele die de klimaatbeleving beïnvloedt, zijn **reeds bestaande waarden**. We weten immers dat waarden, wereldbeelden en fundamentele opvattingen, zoals het al dan niet politiek rechts of links zijn, het geloven in technologie of het afwijzen, bepalend zijn voor de manier waarop klimaatverandering wordt waargenomen (Francou Damesin, 2022). Toch lijken deze waarden bij de meeste jongeren minder belangrijk in de afweging over klimaatverandering (Francou Damesin, 2022; Lee et al. 2020; Corner et al., 2015). De perceptie van veel jongeren is namelijk minder afhankelijk van deze wereldbeelden, omdat ze nog in opbouw zijn en daarom minder verankerd zijn dan bij volwassenen. Hoe jonger de burgers, hoe meer deze theorie wordt bevestigd (Lee et al. 2020; Corner et al., 2015). Jongere kinderen zijn daarom geneigd om uniform meer voluntaristisch te zijn over wat ze moeten doen (Lee et al., 2020) omdat ze minder onderhevig zijn aan waardevariatie.

In die zin vormt de **sociale omgeving** van 15-24-jarigen de derde invloedrijke variabele op hun perceptie van klimaatverandering (Stevenson et al., 2019), aangezien deze omgeving grotendeels de constructie van hun wereldbeeld zal bepalen. Deze omgeving omvat niet alleen de familiesamenstelling, hoewel die essentieel is, maar ook interacties met leeftijdsgenoten (Busch et al., 2019; Ojala, 2017; Corner et al., 2015), de invloed van de schoolinstelling en leerkrachten, en de geconsumeerde media-inhoud.

Ten slotte is ook de **positie van de boodschapper** (sociaal, intellectueel, hiërarchisch, ...) een belangrijke variabele in de overdracht van klimaatinformatie die de percepties kan veranderen (Busch et al., 2019; Ojala en Lakew, 2017; Corner et al., 2015). Veel jongeren zijn hier bijzonder gevoelig voor en stellen verschillende niveaus van vertrouwen in verschillende soorten boodschappers. "Of een leraar gelooft in de realiteit van klimaatverandering is een belangrijke predictor van het geloof van een leerling" (Stevenson et al., 2016: 6).

Samengevat kan worden gesteld dat verschillende variabelen bepalend zijn voor de manier waarop jongeren naar klimaatverandering kijken: kennisniveau, sociale omgeving en positie van de boodschapper. Geiger et al. (2017) vatten de kennis samen over de waaier aan sociale, culturele en psychologische obstakels voor risicoperceptie van klimaatverandering, ongeacht de leeftijd. Zij hebben het onder meer over het gebrek aan persoonlijke ervaring die rechtstreeks verband houdt met klimaatverandering, het niet bespreken van klimaatverandering in eigen kring, de waargenomen psychologische afstand tot klimaatverandering en de gevolgen ervan, het gebrek aan *klimaatgeletterdheid*, het gebrek aan kennis over mogelijke oplossingen, en het gebrek aan waargenomen zelfredzaamheid ten aanzien van de uitdagingen. Wij zullen deze nieuwe elementen bewaren voor verdere analyse.

1.2 Engagement van jongeren voor het klimaat

1.2.1 Een definitie van engagement

In het volgende gedeelte wordt *engagement* opgevat als "de invoering van individuele groene praktijken, de toetreding tot groene activistische netwerken of de deelname aan klimaatgerelateerde politieke evenementen of demonstraties". O'Brien et al. (2018) beschouwen jongeren als volwaardige politieke actoren en niet alleen als toekomstige burgers in wording. Corbin et al. (2021: 5) stellen echter: "De afname van de politieke belangstelling en participatie van (met name) de jongere generatie - zoals die door de media wordt doorgegeven - weerspiegelt vooral het geleidelijk opgeven van traditionele vormen van betrokkenheid ten gunste van nieuwe modaliteiten van politieke betrokkenheid." De hypothese van een algemene depolitisering van jongeren lijkt nauwelijks geloofwaardig, aangezien zij op andere manieren blijven investeren in de zaken die voor hen zinvol zijn, met name

via nieuwe fysieke ruimtes: betogingen en bijeenkomsten voor jongeren of groeperingen op sociale netwerken. Verder laten Quéniart en Jacques (2008) zien hoe jonge Quebecers die betrokken zijn bij traditionele politieke partijen zich distantiëren van bepaalde oorzaken die door hun eigen politieke familie worden verdedigd. De auteurs geven ook toe dat een meerderheid van de jongeren waarde hecht aan nieuwe vormen van engagement door middel van consumptie of investeringen in specifieke doelen. De meeste jongeren zijn namelijk meer betrokken bij een '**oorzaakgerichte**' strijd (Corner *et al.*, 2015), wat wil zeggen oorzaken die hen direct aangaan en raken. Wat volgens Waeterloos *et al.* (2021) het engagement van jongeren in dit geval verklaart, is het geloof in de mogelijke resultaten van hun politieke actie. Deze vormen van engagement gaan gepaard met een wantrouwen van de jongere generatie tegenover de traditionele politiek, die op zijn minst als ondoeltreffend wordt beschouwd. De auteurs deconstrueren ook het beeld van een jeugd wiens engagement enkel virtueel, 'online' is, door het algemeen hybride karakter van dit engagement aan te tonen, dat zowel 'online als offline' is, en kan worden ingezet in een verscheidenheid van sociale en politieke activiteiten.

De inzet voor het klimaat maakt deel uit van deze "meer actieve en minder militante" logica (Roudet, Tchernia, 2001: 150) in die zin dat zij meervoudig kan zijn. Het engagement van jongeren kan bestaan uit een weigering van bepaalde vormen van consumptie, een zoektocht naar alternatieve consumptie of zelfs een andere levensstijl. Zij kan ook meer traditionele vormen aannemen van engagement in politieke bewegingen op lange termijn (politieke partijen, vakbonden, non-profitorganisaties, ...) of in een bepaalde context (betogingen). Kortom, de meeste jongeren zijn niet minder geëngageerd, ze zijn anders geëngageerd dan hun ouderen (Sass *et al.*, 2021b).

1.2.2 Variabelen die het engagement beïnvloeden

Het verband tussen persoonlijke kennis en actie staat niet formeel vast. Zoals we hebben gezien, staat geïnformeerd zijn over klimaatverandering niet garant voor huidige of toekomstige klimaatactie (de Beer de Laer, 2021; Doyle, 2020; Lee *et al.*, 2020; Lehtonen, 2012; Kenis en Mathijs, 2012). Morin *et al.* (2022: 5) leggen uit: "Het louter presenteren van een set wetenschappelijke feiten of kennis met betrekking tot klimaatverandering leidt niet direct, of slechts minimaal, tot authentieke betrokkenheid van leerlingen bij het milieu". Ook de Beer de Laer (2021: 3) stelt dat "wetenschappelijke geletterdheid niet automatisch leidt tot verandering van waarden en gedrag".

Anderzijds is de sociale omgeving, zoals in het geval van de perceptie van klimaatverandering, een belangrijke determinant van de betrokkenheid van jongeren (Busch *et al.*, 2019). De normen die deze omgeving produceert zijn immers des te krachtiger voor veel jongeren die zich in een ontwikkelingsfase bevinden waarin zij in hun omgeving, en vooral bij hun leeftijdsgenoten (Steinberg & Morris, 2001), bevestiging en herziening van gedragingen zoeken, en zelfs erkenning. Wanneer jongeren worden omringd door familie, vrienden of leraren die de realiteit van de klimaatverandering erkennen, zijn ze niet alleen beter in staat om het zelf te erkennen, maar vooral ook om te handelen. Ten slotte stellen we vast dat, ook al nemen leeftijdsgenoten een belangrijke plaats in tijdens de adolescentie, de invloed van het kerngezin doorslaggevend blijft bij jongeren van 15-24 jaar (Ojala, 2013). Kortom, wij vinden hier vrijwel dezelfde variabelen als voor de klimaatbeleving.

1.2.3 Belemmeringen voor engagement

Kenis en Mathijs (2012) hebben de aandacht gevestigd op de belemmeringen die er voor sommige jongeren bestaan om geen klimaatactie te ondernemen. Hiertoe behoren vooral **zorgen, verontwaardiging, pessimisme, defeatisme en machteloosheid**. "Ik was [...] een minimalist geworden: ik wachtte altijd voordat ik iets kocht en ik had de auto opgegeven. [Maar dat] verandert globaal gezien niets. Ik heb me erbij neergelegd," vertelt Anna in

2022⁴ aan een vaktijdschrift. Het gevoel van machteloosheid of gebrek aan zelfredzaamheid lijkt een van de belangrijkste remmen op actie. Marlon *et al.* (2019) stellen dat een gebrek aan hoop "de individuele respons en de collectieve effectiviteit kan ondermijnen". De door Morin *et al.* (2022: 6) geïnterviewde jongeren bevestigen deze hypothese. Zij "lijken [...] over enige kennis te beschikken om de gevolgen van grote sociale en milieuproblemen te verminderen, maar geloven niet dat dit soort verandering mogelijk is". Ze vinden niet dat ze voldoende macht hebben om in deze kwesties op te treden (Morin *et al.*, 2022).

Zoals eerder gezegd, nemen jongeren vooral deel aan 'oorzaakgerichte' acties waarvan ze hopen dat ze effect hebben. In die zin is de klimaatzaak zo complex dat verbintenissen, zowel individueel als collectief, vaak ondoeltreffend of ontoereikend lijken. Marlon *et al.* (2019) leggen uit dat deze geringe hoop kan voortkomen uit een algemene perceptie van collectieve inactiviteit, uit het feit dat klimaatverandering voor de meeste burgers geen prioriteit lijkt te zijn. Het kan ook voortkomen uit een perceptie van een gebrek aan communicatie en collectieve informatie over het onderwerp, uit de overtuiging dat het al te laat is of dat internationale samenwerking niet werkt om het probleem op te lossen. Dit zijn allemaal variabelen die jongeren uiteindelijk een gevoel van machteloosheid geven. Het gebrek aan engagement van bedrijven, staten en de samenleving als geheel is ook een belangrijke rem op het engagement van jongeren (Corner *et al.*, 2015). Die hebben nood aan het observeren van **een algemene beweging van verantwoordelijkheid**. Tot slot kan gebrek aan betrokkenheid ook voortkomen uit een gevoel van uitsluiting, dat sommige jongeren ervaren, ten aanzien van besluitvormingsprocessen of ten aanzien van politieke macht in het algemeen (O'Brien *et al.*, 2018). Een reeks politieke, economische, sociale en culturele belemmeringen kan dus de actie van jongeren op het gebied van klimaat en milieu in het algemeen in de weg staan, zelfs van degenen die zich van deze problemen bewust zijn (Kollmuss & Agyeman, 2002).

Ten slotte hebben veel jongeren **een psychologische afstand** tot de realiteit van de klimaatverandering (Napawan *et al.*, 2017) die hen ertoe aanzet de verantwoordelijkheid voor actie af te wijzen ten gunste van andere entiteiten of leeftijdsgroepen. Dit gevoel stimuleert hen bijvoorbeeld om aanbevelingen te doen waarvoor zij niet direct verantwoordelijk zijn: wanneer hen bijvoorbeeld wordt gevraagd naar mogelijke concrete oplossingen voor klimaatverandering, noemen zij vaak het terugdringen van algemene vervuiling en het planten van bomen (Kilinc *et al.*, 2008), twee oplossingen die hen distantiëren van individuele actie. Deze psychologische afstand wordt nog versterkt door de klimaatcommunicatie van de media en de politieke wereld (Libaert, 2020).

1.3 Precariteit en klimaatverandering

1.3.1 Klimaatverandering, een bron van bezorgdheid... en spanning

De grote *Génération Quoi?*-enquête (figuur 1 en 2) die in 2016 in België werd uitgevoerd, toonde aan dat slechts 8% van de jonge Belgen vertrouwen en optimisme had over hun toekomst. Op de stelling "Twintig jaar is de beste leeftijd van je leven..." antwoordde meer dan de helft van de jongeren: "Is dit een grap of wat?". Er is ook een verschil tussen Wallonië en Vlaanderen: 41% van de Waalse respondenten denkt dat hun toekomst slechter zal zijn dan die van hun ouders, terwijl 43% van de Vlaamse jongeren tussen 16 en 25 jaar denkt dat deze eerder dezelfde zal zijn als die van hun ouders.

⁴ "Het is demoraliserend", "Ik ben een fatalist geworden"... geconfronteerd met de nalatigheid van de staten, laten deze burgers hun milieuvriendelijke acties achterwege" geschreven door Golla, M. (2022). Persartikel, Novethic. [Online] <https://bit.ly/3JfXJwr> (geraadpleegd op 19 september 2022).



Figuur 1. Fragment uit de resultaten van de *Génération Quoi?*-enquête uitgevoerd door RTBF (2016). Antwoorden van jonge Walen [VERT. Vergeleken met het leven dat je ouders hebben geleid, denk je dat je toekomst... - Veeleer beter zal zijn (28%); - Veeleer slechter zal zijn (41%); - Hetzelfde zal zijn (30%)]



Figuur 2. Fragment uit de resultaten van de *Génération Quoi?*-enquête uitgevoerd door RTBF (2016). Antwoorden van jonge Vlamingen [VERT. Vergeleken met het leven dat je ouders hebben geleid, denk je dat je toekomst... – Veeleer beter zal zijn (26%); - Veeleer slechter zal zijn (31%); - Hetzelfde zal zijn (43%)]

Volgens het onderzoek van Marks *et al.* (2021) dat werd gehouden bij meer dan 10.000 jongeren in 10 landen⁵ over de hele wereld, denkt 75% dat de toekomst beangstigend is en 56% dat de mensheid verdoemd is. Via een participatief onderzoeksexperiment, *Future Coast Youth*, onderzocht Doyle (2020) in klaslokalen hoe jongeren hun toekomst zien. Onderdeel van het experiment was het maken van *voicemails*, virtuele spraaknotities die de geïnterviewde jongeren aan toekomstige generaties achterlieten. De bevindingen waren duidelijk. Hoewel Doyle enkele interessante narratieve verschillen opmerkte tussen de *voicemails* van de meisjes en de jongens, waren de berichten consistent in hoe ze weinig positieve projecties voor de toekomst bevatten. Bijna alle berichten bevatten catastrofaal of alarmerend nieuws.

Waarom zijn de meeste jongeren niet meer optimistisch over hun toekomst? Er zijn veel variabelen die dit gevoel kunnen beïnvloeden. Veel jongeren beoordelen bijvoorbeeld hun toekomstige leven positief of negatief, afhankelijk van waar ze zich bevinden: "Projecteren in de toekomst is geen maatschappelijk neutrale oefening, maar is inherent gebaseerd op waarden en omvat een reeks belangrijke ethische kwesties" (White, 2011: 6). Uit de grote IPSOS-enquête (2020) over de situatie van jongeren⁶ uit 20 landen en 5 continenten blijkt dat uitgerekend de klimaatverandering een grote bron van angst en bezorgdheid voor jongeren is. 82% van de jongeren zegt zich zorgen te maken over hun toekomst vanwege de klimaatverandering en 87% vindt dat hun generatie verantwoordelijk is voor de verbetering van de wereld om hen heen (IPSOS, 2020), zelfs te verantwoordelijk. In een recente studie op basis van intergenerationele dialogen (MiiL, 2022) verklaarden jongeren aan hun grootouders dat er **te veel druk** op hen werd uitgeoefend over klimaatverandering, vooral door hun ouders. Deze druk, die erin bestaat de jongeren voor te houden dat "zij de generatie zijn die dingen tot stand zal brengen", zou ook een bron van angst zijn. De toename van eco-angst die verweven is met deze kwestie van sociale druk,

⁵ Deze landen zijn: het Verenigd Koninkrijk, Finland, Frankrijk, de Verenigde Staten, Australië, Portugal, Brazilië, Indië, de Filipijnen en Nigeria.

⁶ 9.000 jongeren tussen 16 en 25 jaar.

verklaart deels waarom de meeste jongeren er gevoeliger voor zijn dan volwassenen (Heeren *et al.*, 2021; Majeed en Lee, 2017).

Toch zijn veel jongeren, ondanks hun relatief negatieve kijk op de toekomst, positiever dan volwassenen over **de mogelijkheden om oplossingen te vinden** voor de gevolgen van klimaatverandering (Fløttum *et al.*, 2016), wat hen in een paradoxale positie plaatst. Zo wordt opgemerkt dat in de meeste voicemail van Doyle (2020) technologische oplossingen worden genoemd. Technologie wordt gepresenteerd als een onmisbare oplossing. Fløttum *et al.* (2016) leggen uit dat veel jongeren meer vertrouwen hebben in technologie, wetenschap en innovatie. Deze paradoxale positie verandert de manier waarop jongeren hun identiteit construeren. Doordat ze opgroeien in een onzekere wereld, verandert de manier waarop de meeste jongeren zichzelf construeren en hun toekomstvisie geleidelijk (White, 2011).

1.3.2 Sociale rechtvaardigheid, klimaatrechtvaardigheid: het ondenkbare van de ecologische crisis

Onderzoek heeft de afgelopen jaren aangetoond dat de effecten van klimaatverandering ongelijk verdeeld zijn over individuen, met name wat betreft geslacht, maatschappelijke klasse of geografische locatie (De Schutter, 2021; Klein en Steffoff, 2021; Bourg, 2020; Guivarch en Taconet, 2020; White, 2011). Het is met name vanuit deze realiteit dat het concept ecofeminisme is ontstaan (d'Eaubonne, 2022; Laugier *et al.*, 2015). Napawan *et al.* (2017) stellen dat de kwetsbaarheid voor de gevolgen van klimaatverandering ongelijk verdeeld is onder gekleurde gemeenschappen, migranten van verschillende afkomst of preciaire bevolkingsgroepen. Guivarch en Taconet (2020) hebben aangetoond dat de armste landen niet alleen het meest zijn blootgesteld, maar ook het meest gevoelig zijn voor de gevolgen van de klimaatverandering (droogte, overstromingen, natuurrampen, ...) en het minst in staat zijn zich aan te passen.

De auteurs wijzen er echter op dat deze ongelijkheid binnen één enkele regio bestaat: "De armsten bevinden zich onevenredig vaak in gebieden met een risico van stedelijke overstromingen en droogte" (Guivarch en Taconet, 2020: 9). In grote steden zijn de armste bevolkingsgroepen vaak te vinden in de minst dure wijken, aan de rand van de stad, dicht bij bronnen van vervuiling (met name geïndustrialiseerde gebieden), in wijken die kunnen overstromen, waar weinig groene ruimte beschikbaar is (De Schutter, 2021) of zelfs in gebieden dicht bij hitte-eilanden. Zo treffen de gevolgen voor de gezondheid vooral de oudste burgers en de sociaal-economisch zwakkeren (Lachance *et al.*, 2006).

De orkaan Katrina, die in 2005 in New Orleans plaatsvond, is een treffend voorbeeld geworden dat regelmatig wordt aangehaald in de literatuur over klimaatongelijkheid. Deze ramp, die meer dan 1.800 doden veroorzaakte, trof vooral "zwarte bevolkingsgroepen die in de overstromingsgevoelige gebieden van de stad woonden, terwijl, zoals steeds het geval is, de rijkste bevolkingsgroepen in de hoger gelegen gebieden woonden" (Bourg, 2020: 6). De kwestie van ongelijkheid is niet alleen geografisch, maar vaak ook politiek. In New Orleans is achteraf aangetoond dat de dijken van de stad niet goed waren onderhouden om de armste wijken te beschermen en dat, terwijl de rijkste bevolkingsgroepen de stad verlieten, er niets werd gedaan om de inwoners van deze wijken (voornamelijk zwarte gemeenschappen), die soms geen auto hadden om te vluchten, te evacueren (Klein en Steffoff, 2021). In België merkt de NGO Greenpeace (2021) op dat de situatie relatief vergelijkbaar was ten tijde van **de overstromingen van 2021**, toen veel wijken in het overstromingsgebied werden bewoond door mensen met een laag inkomen. "Sommige getroffen waren [...] niet verzekerd tegen dit soort gebeurtenissen, omdat verzekeringen helaas geen prioriteit zijn binnen een toch al krap budget. Ook het probleem van tijdelijke herhuisvesting werd aangekaart. De slachtoffers werden opnieuw gehuisvest in wijken waar de huurprijzen sterk waren gestegen, wat hun situatie nog moeilijker maakte" (Greenpeace België, 2021: 2).

Het is dus **een dubbele ongelijkheid** die nu al wordt ervaren – maar die in de komende jaren waarschijnlijk nog groter zal worden – door landen die historisch gezien minder hebben bijgedragen aan de uitstoot van broeikasgassen en door de bedreigde bevolkingsgroepen in de westerse landen. Het is nu even duidelijk dat het de rijkste bevolkingsgroepen zijn die het meest bijdragen aan de uitstoot van broeikasgassen (Chancel *et al.*, 2022; Berkhout *et al.*, 2021; Chancel, 2021). Kempf (2007) schat dat aan het begin van de 21^{ste} eeuw 20 tot 30% van de wereldbevolking 70 tot 80% van de jaarlijks aan de biosfeer onttrokken hulpbronnen verbruikte. De rijkste 10% van de bevolking is nu verantwoordelijk voor de helft van de uitstoot, terwijl de armste helft van de bevolking gemiddeld slechts 1,6 ton koolstof per persoon uitstoot, of 12% van de wereldwijde uitstoot (Chancel, 2021). Berkhout *et al.* (2021) vertellen ons ook dat de koolstofvoetafdruk van de rijkste 1% van de wereldbevolking 30 keer groter is dan de drempelwaarde per hoofd van de bevolking die in het Akkoord van Parijs is vastgesteld om de opwarming tot 1,5°C te beperken. In Frankrijk ten slotte zou de koolstofvoetafdruk van een huishouden in het hoogste inkomensdecil bijna drie keer zo groot zijn als die van een huishouden in het laagste decil (Guivarch en Taconet, 2020). Bovendien meent Bourg (2020: 8) dat "het onrechtvaardig zou zijn om de uitstoot voor levensonderhoud van de armsten en de uitstoot voor comfort en luxe over één kam te scheren".

Deze overwegingen vragen om een herziening van de dominante analysemodellen over klimaatverandering, zoals Laurent (2018) voorstelt, door **de sociale ondenkbaarheden** erbij te betrekken. Wat zijn deze ondenkbaarheden? "Met ondenkbaarheid bedoel ik datgene wat *a priori* als buiten het veld wordt gesteld, met andere woorden datgene wat geen aanleiding geeft tot actieve uitsluiting, maar dat niet echt tot het interessegebied behoort [...]. Sociale ongelijkheden [...] gaan uit van een constructie die uiteindelijk onzichtbaar voor ons is geworden, omdat ze jarenlang een geconsolideerd gebied vertegenwoordigen: we merken niet meer op wat uit onze relevantieruimte werd geweerd" (Fassin, 2008). Onderzoek moet daarom het klimaatonderwerp opnieuw bekijken door **klimaatrechtvaardigheid niet los te koppelen van sociale rechtvaardigheid**. Een ecologische transitie, als antwoord op de gevolgen van klimaatverandering, kan alleen effectief zijn als deze sociaal is en gericht is op het verminderen van ongelijkheden (De Schutter, 2021; Bourg, 2020; Laurent, 2018). Laurent (2018: 5) suggereert dat "de sociaalecologische relatie op het punt van ongelijkheden dus een tweerichtingsverkeer is: sociale ongelijkheden voeden ecologische crises, ecologische crises verergeren op hun beurt sociale ongelijkheden". Met andere woorden, de aanhoudende ecologische crisis zal de ongelijkheden verergeren, terwijl deze laatste een belemmering lijken te vormen voor de transitie-inspanningen (Guivarch en Taconet, 2020). De Schutter (2021) stelt dan ook dat armoedebestrijding hand in hand moet gaan met inspanningen om de effecten van klimaatverandering terug te dringen om uit zo'n negatief patroon te breken. Dit wordt ook betoogd door Bourg (2020), die uitlegt:

"In werkelijkheid is het onmogelijk om ecologische vooruitgang te boeken zonder een drastische vermindering van de sociale ongelijkheden. Ten eerste maakt de daling van de koopkracht van de middenklasse conventionele stimuleringsinstrumenten en andere gedragsbelastingen ontoepasbaar zonder sociale compensatie. Ten tweede, om mimetische redenen zijn het de hoge inkomens en hun consumptieniveau die het verlangen om te consumeren van de lagere inkomens aantrekken. [...] **Er zal alleen sociale ecologie zijn.** Hoe kunnen we een samenleving terugbrengen tot een ecologische voetafdruk van één planeet als sommige mensen blijven consumeren op het niveau van meerdere planeten? Door zich te concentreren op milieuongelijkheden worden sociale ongelijkheden moeilijker te rechtvaardigen." (Bourg, 2020: 11)

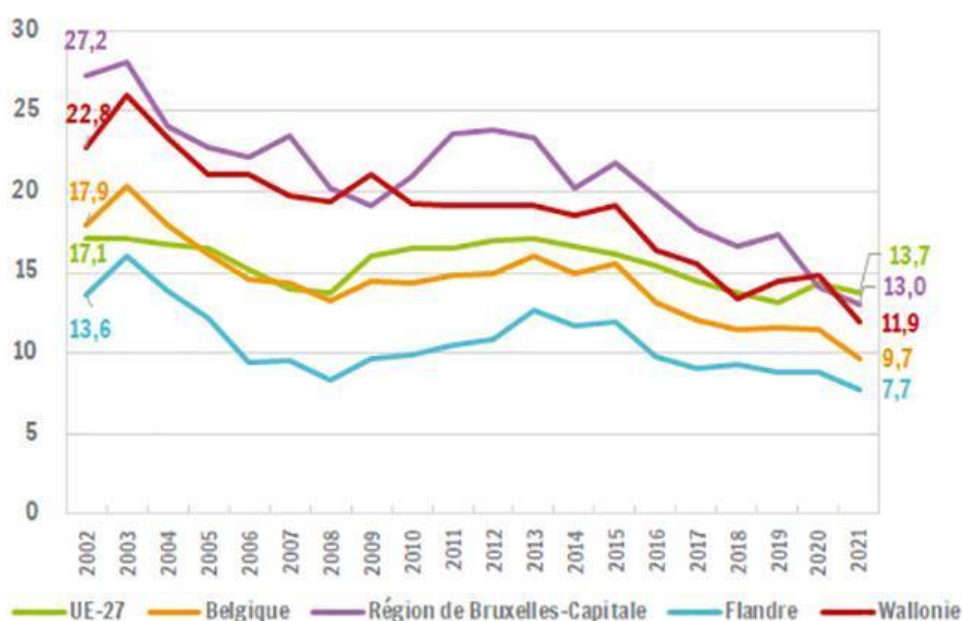
Het principe van *rechtvaardige transitie* duikt ook in de internationale literatuur op, zelfs tot aan de COP26, om deze dubbele vermindering van ongelijkheid te kwalificeren. Verschillende staatshoofden en regeringsleiders (waaronder die van Italië en het Verenigd Koninkrijk, die medeorganisatoren zijn, maar ook Frankrijk, de Europese Commissie en de Verenigde Staten) hebben een "Verklaring over rechtvaardige internationale transitie" medeondertekend (Bauler *et al.*, 2022: 107). Dit principe wordt overgenomen en verdedigd door tal van auteurs (Aubert *et al.*, 2021; Léon, 2015; Cook *et al.*, 2012) en klimaatactoren, met name, in België, door de Klimaatcoalitie

(2021). In punt 1.5.2 komen wij terug op de gevolgen van dit beginsel voor jongeren en hun professionele toekomst.

1.3.3 NEET-jongeren

De kwestie van de NEETs (acroniem voor *not in education, employment or training*), die sinds de jaren negentig wordt bestudeerd, heeft betrekking op personen die tijdelijk of permanent zijn uitgesloten van de onderwijs-, opleidings- en arbeidsmarktstelsels. Hoewel de realiteit van uitsluiting uit de onderwijs- en beroepsstelsels zich niet beperkt tot de leeftijdsgroep van jongvolwassenen, is het toch deze specifieke populatie waarnaar de term NEET verwijst en waarnaar heel wat studies zijn verricht (bv. Alonso *et al.*, 2022; Rodwell *et al.*, 2018; Benjet *et al.*, 2012). En met reden: het zijn precies de 19-24-jarigen van wie de maatschappij verwacht dat ze een traject van school naar werk kunnen afleggen, via verschillende soorten opleiding. Als deze weg ontbreekt, kan de inactiviteit van het individu een teken zijn van vroege precariteit.⁷

Recente studies, waaronder die van het IWEPS (*Institut Wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique*)(2022), wijzen op een Belgisch NEET-percentage van 9,7%, tegenover 17,9% in 2022 (figuur 3). Dit percentage is ook lager dan dat van de EU in het algemeen, wat 20 jaar geleden niet het geval was. En volgens de OESO (2021) heeft dit cijfer geen grotere betrekking op Belgische vrouwen dan op Belgische mannen, wat geruststellend is in vergelijking met andere EU-landen (Avagianou *et al.*, 2022). Anderzijds wijst IWEPS (2022) op een opmerkelijk verschil tussen de Belgische gewesten. 11,9% van de jongeren van 18 tot 24 jaar in Wallonië volgt geen onderwijs of opleiding en heeft geen baan. In Vlaanderen ligt dit percentage lager, op 7,7%. Het is ten slotte het Brussels Hoofdstedelijk Gewest dat het meest getroffen wordt, met 13% NEETs onder jongvolwassenen.



Figuur 3. Percentage 18-24-jarigen zonder baan, school of opleiding (IWEPS, 2022)

Het NEET-cijfer wordt gewoonlijk berekend volgens de volgende formule (Europese Commissie, 2011):

⁷ Er moet een onderscheid gemaakt worden tussen NEETs en valse NEETs, d.w.z. «those who are technically in a NEET situation, but are so voluntarily, as they do not view their own NEET status as a problem for themselves» (Quintano *et al.*, 2018 : 4). Voorbeelden hiervan zijn jongeren die na hun middelbare opleiding op reis gaan of vrijwilligerswerk gaan doen.

In tegenstelling tot het jeugdwerkloosheidscijfer, dat het percentage van werkloze jongeren onder beroepsactieve jongeren berekent, houdt het NEET-cijfer rekening met alle jongeren. Deze groep van personen die NEETs worden genoemd, omvat dus jongeren met een zeer heterogeen profiel. Het kan zowel werkloze jongeren omvatten, als jongeren die niet kunnen werken (handicap, depressie, ...).

Het aantal NEETs is na de kredietcrisis in 2008 overal gestegen (Caroleo *et al.*, 2020; Lecerf, 2017), maar heeft de voorbije jaren de neiging om te dalen, vooral in België (Eurostat, 2021). Caroleo *et al.* (2020) tonen aan dat de kans om NEET te zijn sterk verschilt tussen de Europese landen, met name afhankelijk van de kenmerken van hun sociale stelsels (Ruesga-Benito *et al.*, 2018) en de manier waarop de meeste jongeren hun overgang naar opleiding/arbeid ervaren. Andere criteria kunnen een rol spelen bij deze waarschijnlijkheid, zoals de vraag of men hoger onderwijs heeft gevolgd. Sommige onderzoeken hebben echter aangetoond dat – in tegenstelling tot de verwachtingen – het risico om NEET te worden in de armste regio's omgekeerd evenredig kan zijn met het opleidingsniveau: "Volgens Eurofound is in de zuidelijke landen van de Europese Unie die in het bijzonder door de crisis zijn getroffen, met name Cyprus, Griekenland en Kroatië, het percentage NEETs onder houders van een diploma hoger onderwijs hoger dan voor alle andere categorieën" (Lecerf, 2017: 5). Deze tendens zou kunnen worden verklaard door de moeilijkheid om in sommige regio's een baan met een hogere opleiding te vinden.

Andere indicatoren van het risico om NEET te worden zijn onder meer het ouderschapsherhalingsmechanisme. We weten immers dat sociale ongelijkheden de neiging hebben zich over de generaties heen voort te planten (Corner *et al.*, 2015). Het Belgisch Observatorium voor Ongelijkheid (Girès, 2020) stelt immers vast dat in België de beroepspositie van een individu altijd grotendeels wordt bepaald door de beroepspositie van zijn of haar ouders. Hetzelfde geldt voor het diploma dat men zal behalen (Ghesquière en Girès, 2015). De Schutter (2021: 3) ondersteunt dit idee wanneer hij stelt dat "kinderen met een laag inkomen veel meer kans lopen om op volwassen leeftijd arm te blijven, als gevolg van een aantal mechanismen dat armoede van generatie op generatie bestendigt". De strijd tegen ongelijkheid moet dus worden gezien door het prisma van dit herhalingsmechanisme, want "het voortbestaan van kinderarmoede is niet alleen een schending van de mensenrechten, het brengt de toekomst in gevaar" (De Schutter, 2021: 3).

De studie van de indicatoren voor het risico om NEET te worden heeft voorts twee belangrijke verschijnselen aan het licht gebracht. Ten eerste hebben NEETs, of ze nu op zoek zijn naar begeleiding of een handicap hebben, meer kans om **verschillende kwetsbaarheden op te stapelen** (Eurofound, 2012), bv. werkloos en zonder huisvesting, met een beperking en zonder inkomen, ... Ten tweede is het bij NEETs met psychische problemen erg moeilijk om te bepalen of psychische problemen kunnen bijdragen aan de kans om NEET te worden, of dat ze juist een gevolg zijn van de NEET-status (Benjet *et al.*, 2012).

Laten we het nu hebben over het verband tussen jonge NEETs en klimaatverandering. Om te beginnen stelden we eerder vast dat de sociaal-economische ongelijkheid bij jongeren, net als bij de rest van de bevolking, een invloed heeft op hun opvattingen over klimaatverandering. Hirtt (2019) laat zien hoe Belgische scholen nog steeds niet in staat zijn deze problemen aan te pakken:

"Helaas handelt de school zoals verwacht. De grootste kloof die in onze studie wordt vastgesteld is, zoals altijd, de kloof tussen studenten in verschillende soorten onderwijs. We kunnen het niet aanvaarden dat scholen de essentiële kennis [over het klimaat] voorbehouden aan slechts enkelen, als we de uitdagingen voor onze samenleving willen begrijpen en de middelen willen inzetten om deze aan te pakken" (Hirtt, 2019: 39).

De meest precaire sociale omstandigheden (gebrek aan middelen op school, een gespannen gezinsomgeving, ...) dragen dus bij tot een dubbele benadeling van de jongeren, alsook hun ouders. Hierdoor wordt het inzicht in de

klimaatproblematiek (en dus de reacties en de uitvoering ervan) beperkt, terwijl de blootstelling aan de directe gevolgen van de klimaatverandering wordt versterkt.

Bonanomi en Luppi (2020) deden onderzoek naar de omgevingsperceptie van NEETs in Italië. Daaruit bleek dat het land, dat vooral te kampen heeft met werkloosheid en sociale uitsluiting onder jongeren, in 2018 ongeveer 28,9% NEETs telde onder de 20- tot 34-jarigen. Onder de 15-29-jarigen ligt dit percentage in 2021 op 23,46% volgens de OESO. Bonanomi en Luppi (2020: 3) leggen uit dat het NEET-zijn negatief wordt geassocieerd met een gevoel van individuele verantwoordelijkheid: "Individen kunnen alleen verzocht worden zich verantwoordelijk te voelen voor het welzijn van hun gemeenschap als zij het gevoel hebben dat hun rechten gewaarborgd zijn." Dit is vooral belangrijk in de overgangsfase naar volwassenheid. Hoe moeilijker het voor jongeren is om de autonomie van de volwassenheid te verwerven, hoe meer zij zich gemarginaliseerd voelen en hoe kleiner de kans dat zij zich met actief burgerschap gaan bezighouden. De door NEETs ervaren en gevoelde uitsluiting blijkt een belemmering te zijn voor betrokkenheid, omdat deze **de perceptie van hun handelingsbevoegdheid beperkt**. Omgekeerd stellen Bonanomi en Luppi (2020: 18) dat wanneer jongeren de mogelijkheid krijgen tot sociale integratie (wat inhoudt dat uitsluiting en het aantal NEETs wordt teruggedrongen) "dit positieve neveneffecten heeft in termen van individuele geneigdheid om verantwoordelijkheid te nemen voor het algemeen welzijn". Kortom, met sociale integratie kan duurzaamheid worden bereikt.

Met dit overzicht hebben we **de weinige studies over de concrete verbanden tussen NEETs en klimaatverandering** (actie, oorzaak, gevolg, perceptie, begrijpelijkheid, ...) in kaart gebracht. De studies die we konden vinden, zijn het erover eens dat het terugdringen van armoede, uitsluiting en ongelijkheid onder jongeren (en dus het terugdringen van het NEET-percentage) een essentieel onderdeel is van het beleid ter bestrijding van de klimaatverandering, om jongeren in actie te krijgen en om een ecologische transitie door te voeren.

1.4 Specifieke kenmerken van jongeren op gebied van communicatie

1.4.1 Jongeren en communicatie

Alvorens in te gaan op het onderwerp van effectieve communicatie inzake klimaatverandering, lichten we kort de studies toe die zijn ingegaan op de specifieke kenmerken van communicatie gericht op jongeren, of deze nu puur informatief is of aanzet tot actie (Lee *et al.*, 2013).

Ten eerste is de communicatie gericht op 15-24-jarigen zeer specifiek, aangezien zij hoofdzakelijk (maar niet uitsluitend) gebaseerd is op **sociale en digitale media**. Bijgevolg moeten de communicatoren zich aanpassen aan de taalcodes van de netwerken (Cougnon, 2015) en aan praktijken **die vooral op beeld gebaseerd zijn** (Ståhl en Kaihovirta, 2019). Deze focus op de digitale wereld in de communicatie van jongeren houdt ook in dat jongeren voldoende getraind moeten zijn om informatie te begrijpen en te decoderen, in het bijzonder om valse informatie op te sporen (Apuke *et al.*, 2022), beter bekend als nepnieuws. Bijgevolg zal de mediageletterdheid (Fastrez, 2010) van elke jongere sterk afhangen van zijn of haar cultureel kapitaal (Way & Malvini-Redden, 2017) en de kwaliteit van zijn of haar opvoeding (ouders, school, leeftijdsgenoten, ...) en kan dit leiden tot een aanzienlijke digitale kloof (Wijetunga, 2014; Pedrozo, 2013). Alvermann (2004: 78) licht dit toe: "Om actief deel te nemen aan de 21^{ste} eeuw moet men goed opgeleid zijn in media en ICT, op een manier die verder gaat dan wat veel docenten weten of zelfs nuttig achten om te weten". Het is daarom belangrijk om rekening te houden met deze ongelijkheid in online informatiegeletterdheid als het gaat om communicatiestrategieën richting jongeren, met inbegrip van **informatieve vaccinatiestrategieën** (van der Linden *et al.*, 2017).

Ten tweede is het zo dat communicatie naar jongeren toe, vooral over zulke ingewikkelde onderwerpen als het klimaat, gepaard gaat met **popularisering van informatie en kennis** (Jurdant, 2009). Vooral de popularisering van de wetenschap was een belangrijk discussiepunt tijdens de gezondheids crisis van 2020 (Musolff *et al.*, 2022; Sun *et al.*, 2021; Justo *et al.*, 2020). Mesghouni (2020: 91) verklaart: problemen met de popularisering van informatie afkomstig van wetenschappelijke sites (Sciensano, WHO, IPCC, COPs, ...) zullen zich voordoen "zolang de inhoud wordt overgedragen van erkende sites naar persoonsgebonden accounts". Dan rijst de vraag: hoe waarborgen deze sites de authenticiteit van het discours [...] en combineren zij tegelijkertijd de vereenvoudiging van het technoloect met een retoriek van de potentiële dialoog met de gebruikers van de sites? Deze ervaring van popularisering, midden in een crisiscommunicatie, benadrukte ook hoe belangrijk het concept van **publiek vertrouwen** (Le Marec, 2005) in de wetenschap is (Bricage, 2021). Het populariseren van wetenschap onder jongeren via sociale media (Baur, 2022), en in het bijzonder met betrekking tot het klimaat, is echter niet zomaar een intuïtie van de sociale wetenschappen, die aan hun traditionele communicatiestrategieën enkele elementen van de psychologie zouden toevoegen, in de hoop het vertrouwen van het publiek terug te winnen (Kahan, 2014). Laten we nu de bijzonderheid van dit onderwerp bekijken.

1.4.2 Jongeren en communicatie over het klimaat

De kwestie van communicatie over het klimaat naar jongeren toe is al vele jaren een onderzoeksonderwerp in de psychologie, taal- en sociale wetenschappen (Khadka *et al.*, 2021; Catellani *et al.*, 2021a; Doyle, 2020; Libaert, 2019; Ojala en Bengtsson, 2019; Ojala en Lakew, 2017; Marshall, 2017; Bray en von Storch, 2009; Pidgeon, 2012). Deze studies tonen meer bepaald aan dat de uiteenzetting van wetenschappelijke feiten niet volstaat om de klimaatscepsis te verminderen of om tot klimaatactie over te gaan (Morin *et al.*, 2022; Lee *et al.*, 2020; Corner *et al.*, 2015). Hoewel informatie en kennis belangrijke machtsmiddelen blijven (Libaert, 2020), lijkt momenteel de wijze waarop deze worden overgedragen de meeste jongeren te beïnvloeden. De overdracht heeft echter twee grote tegenslagen gekend, die we hieronder nader toelichten.

Om te beginnen bestond de klimaatcommunicatie van de afgelopen 20-30 jaar hoofdzakelijk uit het **opsommen van de gevolgen van de klimaatverandering** aan de hand van negatieve beelden (bv. een beer achtergelaten op een gebarsten ijsschots) en verhalen over natuurrampen (overstromingen, orkanen, ...) die het nieuws op de televisie domineerden. Deze praktijken hebben nu verschillende gevolgen. Allereerst lijkt het steeds duidelijker dat de 'rampenverhalen' hun grenzen hebben bereikt, en zelfs averechts werken (Doyle, 2020; Guibert en Libaert, 2020; Lee *et al.*, 2020; Laurent, 2018). Zoals Laurent (2018: 3) uitlegt: "In feite verlamt angst wellicht meer dan dat het aanzet tot actie: hoe meer we zeggen dat het einde van de wereld nabij is, of dat er rampen dreigen, hoe meer we onverantwoordelijk gedrag zullen aanmoedigen. De ecologische transitie kan geen transitie op basis van angst zijn." Op dezelfde manier stelt Libaert (2020) dat "angst verlamt, alleen hoop mobiliseert". Marlon *et al.* (2019: 2) nuanceren dit idee echter door te tonen dat er vooral een balans gevonden moet worden tussen hoop, twijfel en angst: "Hoop is niet altijd goed en twijfel is niet altijd slecht." De combinatie van constructieve hoop en twijfel kan juist motiverend werken, terwijl valse hoop en fatalistische twijfel kunnen leiden tot vermijding, afzijdigheid en passiviteit. Studies in de psychologie laten namelijk zien dat het vergroten van de risicoperceptie of het aanspreken van angst een mobiliserend effect kan hebben op actie en betrokkenheid ten aanzien van copinggedrag, maar als, en alleen als, er gelijktijdig een gevoel van empowerment en impact wordt versterkt (van Valkengoed en Steg, 2019; Tannenbaum *et al.*, 2015; Sheeran *et al.*, 2014; Peters *et al.*, 2013). Het gaat er dus om een evenwicht te vinden tussen constructief positivisme (bv. ecologische oplossingen, innovatieve projecten, daadkracht) en constructieve twijfel en afwachting (bv. hoeveel tijd rest ons in feite nog, moeten de kerncentrales echt worden gesloten?).

Ten tweede hebben de media vooral een "gedistantieerde weergave" van de klimaatverandering gehandhaafd, gekoppeld aan **de mediatisering van internationale topontmoetingen**, die losstaan van de dagelijkse realiteit van

de jongeren. Libaert (2020) laat zien hoe klimaatcommunicatie in de media de ontwikkeling van een in de vorige paragraaf genoemde vorm van psychologische afstand in de hand werkt. Enerzijds wordt klimaatverandering vaak geassocieerd met verre ijsberen en andere verre orkanen en anderzijds wordt het zoeken naar oplossingen te veel geassocieerd met de al even verre figuur van staatshoofden en andere internationale instellingen die in kleine groepjes bijeenkomen op topbijeenkomsten ver van de gemiddelde burger. Dit creëert een gevoel van zowel geografische als politieke afstand. Bovendien behandelen de media de klimaatverandering vaak **door het prisma van de gebeurtenis**, wat de psychologische afstand tot de klimaatverandering nog vergroot (Libaert, 2020). De media-eigening van COPs is bijvoorbeeld grotendeels evenementgericht. Persoonlijkheden, plaatsen of activiteiten worden belicht (Samofalova *et al.*, 2021). Bovendien gebruiken de media vaak beelden van natuurrampen om de publicatie van een IPCC-rapport te illustreren. "De media **zenden een gedepolitiseerde visie op milieu- en klimaatkwesties uit, die de belangen gelijkstelt en de ongelijke bijdrage en blootstelling van sociale groepen maskeert** [...] Deze benadering van het klimaatonderwerp is des te schadelijker omdat alle onderzoeken stellen dat de media een grote verantwoordelijkheid hebben in het gedrag van individuen" (Libaert, 2020). En dit mediaverschijnsel duurt voort, ook al is de communicatie van topconferenties zoals de COP op zichzelf geëvolueerd en heeft ze afstand genomen van het narratief rond rampen (Catellani *et al.*, 2021a).

In een tijd waarin mediacommunicatie een beslissende invloed heeft op de perceptie van jongeren en individuen in het algemeen, blijken de vele valkuilen van klimaatcommunicatie belemmeringen te zijn voor actie. Echter, door deze fouten te identificeren, kunnen we proberen oplossingen te vinden. Dit is de meer recente doelstelling van sommige onderzoekers, onder meer in de informatie- en communicatiewetenschap. De noodzaak om deze psychologische afstand te verkleinen is een consensus in de wetenschappelijke literatuur (Lee *et al.*, 2020; Ojala en Lakey, 2017; Corner *et al.*, 2015). Dit impliceert een deconstructie van de bovengenoemde vooringenomenheid van de media om klimaatkwesties dichter bij de realiteit van de burgers te brengen. Voor veel onderzoekers betekent dit ook het ontwikkelen van positieve communicatie (Catellani *et al.*, 2021; Doyle, 2020; Libaert, 2020; Ojala en Lakey, 2017; Haraway, 2016). Dit laatste zou de zelfperceptie van een individu verhogen, zijn gevoel van macht om te handelen, wat de sleutel is om actie te ondernemen. Dit geldt vooral voor jongeren die, zoals reeds vermeld, geneigd zijn zich in te zetten voor oorzaakgerichte doelen, doelen waarvoor ze de resultaten van hun acties kunnen zien (Morin *et al.*, 2019). Klimaatcommunicatie moet daarom verder gaan dan rampscenario's en zich richten op **de ontwikkeling van positieve voorstellingen en wenselijke toekomstbeelden**. "De temperatuur met een aantal graden verlagen is voor velen niet erg motiverend en wordt op een dorre manier voorgesteld; we moeten de strijd tegen de klimaatcrisis integreren in een gastvrij wereldwijd maatschappelijk project, dat door verschillende doelgroepen met verschillende wereldbeelden, religies, overtuigingen kan worden overgenomen" (Catellani, 2021: 5).



Figuur 4. Voorbeeld van communicatie rond de wenselijke toekomstbeelden, uiteengezet in *Connect for Climate* (2021) [VERT: Thierry Libaert, communicatiedeskundige: "Presenteer in je berichtgeving CO₂-reductie niet als een doel op zich, maar als een middel om een betere wereld te creëren."]

Deze paradigmaverschuiving op communicatiegebied impliceert dat we ons publiek moeten begrijpen (McKenzie-Mohr, 2000) en rekening moeten houden met de diversiteit van de ontvangers (Libaert, 2020; Shaw *et al.* 2019) om onze boodschap aan te passen. Talrijke onderzoeken, waaronder de recente aanbevelingen van het onderzoek van Francou Damesin (2022), tonen het belang aan van een gesegmenteerde analyse van het publiek om de klimaatcommunicatie aan te passen aan een steeds meer verdeelde publieke opinie. De auteur (2022: 3) stelt hieromtrent: "Wij ervaren de feiten doorheen een filter dat gevormd wordt door onze waarden. Het is daarom essentieel om vanuit deze waarden de meest impactvolle communicatie te bepalen". Catellani (2021: 3) stelt dat het belangrijk is om "het onderwerp persoonlijk, vleesgeworden, concreet en aanwezig te maken, om het gevoel van urgentie niet te verliezen". Pruneau *et al.* (2008: 3) leggen uit dat "communicatiemiddelen die over klimaatverandering spreken, moeten worden gekozen op basis van hun geloofwaardigheid bij de sociale groepen waarop zij zich richten [...]. Zij moeten hun taal aanpassen en hun discours afstemmen op de behoeften en belangen van hun publiek."

Op die manier vertrekt Francou Damesin's (2022) *op waarden gebaseerde segmentatieanalyse* van het principe dat men geen rekening meer moet houden met sociale parameters zoals geslacht of beroep om de berichtgeving aan te passen, maar zich moet baseren op de kennis van de diepste waarden van de mensen: **waardenfamilies** (verhouding tot rechtvaardigheid, orde, optimisme, ... cf. figuur 5) maken het dan mogelijk om individuen met gelijkaardige kenmerken te groeperen (afwachtenden, gedesillusioneerde activisten, optimistische liberalen, achterblijvers, ...). Östman (2014), die onderzoek doet naar de invloed van de media op de klimaatbeleving van jonge Zweden, laat bv. zien dat sommige jongeren veeleer geneigd zullen zijn ecologisch gedrag te vertonen als ze met hun vrienden en familieomgeving bespreken wat ze in de media horen over de klimaatproblematiek, omdat hun waarde als *lid van een groep* sterk is.



Figuur 5. Methodologie van de op waarden gebaseerde segmentatieanalyse (Francou Damesin, 2022)

Een vorm van segmentgerichte communicatie zou tevens problemen met betrekking tot infodemie kunnen beperken (Nielsen *et al.*, 2020). Het begrip infodemie verwijst naar een overvloed aan informatie – soms juist, soms vals – die het uiteindelijk moeilijk maakt om toegang te krijgen tot (kwalitatieve) informatie over een onderwerp (Kinefuchi, 2020). Dit concept werd populair tijdens de Covid-19-crisis en kwam pas echt tot ontwikkeling toen de WHO het gebruikte om de informatiesituatie rond de epidemie te schetsen:

"Niet alleen is er een enorme hoeveelheid informatie, maar het merendeel van de verspreide informatie is ook onstabiel, kwetsbaar of zelfs onderwerp van een nog steeds levendige controverse over de wetenschappelijke geldigheid ervan. Infodemie heeft dus meer te maken met het fenomeen 'misinformatie' (verkeerd geïnformeerd worden, of zelfs te veel of te snel geïnformeerd worden) dan met het bestaan en de verspreiding van 'nepnieuws' (opzettelijk geproduceerde en verspreide valse informatie, cf. Tandoc 2018) of met het fenomeen 'desinformatie' (opzettelijk geproduceerde en verspreide informatie met het oog op het destabiliseren van de ontvangende samenleving en het genereren van winst voor de afzender, doorgaans een vreemd land) (EU 2018: 11). Nepnieuws en desinformatie zijn onderdeel van de infodemie, maar vormen op zichzelf niet de kern." (Lits *et al.*, 2020: 10)

Het begrip infodemie gaat dus veel verder dan de medische en gezondheidscontext. Het gebruik van dit begrip heeft zich uitgebreid (onder meer met de oprichting van de werkgroep rond infodemie⁸ die een rapport heeft uitgebracht: *Forum on Information and Democracy*, 2020) en kwalificeert ook de situatie waarin veel jongeren zich bevinden wanneer zij geconfronteerd worden met informatie over klimaatverandering. De infodemie rond de Covid-19-crisis heeft aangetoond dat burgers geconfronteerd worden met onzekerheid rond wetenschappelijk bewijs (Mack *et al.* 2020; Zakaria, 2020), vooral wanneer ze merken dat de 'feiten' veranderen of dat deskundigen het oneens zijn (Klenert *et al.*, 2020). Zo zou de identificatie van waardenfamilies en groepen personen met vergelijkbare kenmerken het mogelijk kunnen maken de informatie te personaliseren, in het bijzonder in de wijze van presentatie (beelden, korte of lange video's, al dan niet gepopulariseerde teksten, ...) en door de nadruk te leggen op bepaalde aspecten die beter aansluiten bij de behoeften van een bepaalde groep (causaliteit van de verschijnselen, een consensus of niet, concrete onderwerpen of abstracte concepten, gevolgen op korte of lange termijn, ...).

⁸ Meer informatie op <https://informationdemocracy.org>

1.5 Onderwijs en werkgelegenheid: welke toekomst voor jongeren?

1.5.1 Jongeren, klimaat en onderwijs

De rol van het onderwijs bij het vergaren van kennis staat niet langer ter discussie. Het is echter noodzakelijk te definiëren over welke kennis en welk onderwijs we het hebben. In dit hoofdstuk proberen we de conclusies samen te vatten van het onderzoek naar de invloed van onderwijs en opvoedingssystemen op de verwerving van klimaatkennis door jongeren.

Wij hebben eerder gezien dat het opleidingsniveau een zeer goede voorspeller is van de mate waarin men zich bewust is van klimaatveranderingsvraagstukken en dat het risico dat NEETs zich niet met deze vraagstukken bezighouden dan ook zeer groot is. Maar, zoals reeds vermeld, hoewel onderwijs de percepties kan veranderen, is het op zichzelf niet genoeg om actie te initiëren (de Beer de Lear, 2021; Doyle, 2020; Lee *et al.*, 2020; Kenis en Mathijs, 2012; Lehtonen, 2012). De literatuur hierover levert drie opvallende elementen op:

(1) Evenals mediacommunicatie, heeft milieueducatie soms de neiging sommige jongeren te demotiveren. Er moeten inspanningen worden geleverd om **het gevoel te vergroten dat zij kunnen handelen** in het licht van de klimaatverandering (Sass *et al.*, 2021a; Morin *et al.*, 2022; 2019). Ojala (2015) laat bijvoorbeeld zien dat onder sommige Zweedse jongeren hoop en klimaatbewustzijn positief geassocieerd worden met het hebben van een leraar die positieve oplossingen voor klimaatverandering kan overbrengen. Verder zou het goed zijn als het geloof in ons eigen vermogen om politieke systemen al dan niet te beïnvloeden, reeds op jonge leeftijd werd aangeleerd:

"Jongeren leren politiek te bedrijven door politiek te bedrijven. Vertrouwd zijn met de werking van systemen kan helpen, maar daadwerkelijke oefeningen in besluitvorming of beïnvloeding kunnen een veel grotere impact hebben op het gevoel van collectieve efficiëntie, wat leidt tot gezamenlijk handelen, dan kennis over politieke systemen en hun werking." (Morin *et al.*, 2019: 10)

Dit doet de vraag rijzen naar de opleiding van leerkrachten voor deze nieuwe soorten kennis en nieuwe manieren van communiceren.

(2) Er moet worden geëxperimenteerd met nieuwe en inclusieve technieken om de bestaande psychologische afstand te verkleinen en dit gevoel van empowerment te vergroten (Napawan *et al.*, 2017; Boeve-de Pauw en Van Petegem, 2018; De Bénazé en Renouard, 2020; Doyle, 2020). Veel onderzoek, vooral in de onderwijswetenschappen en de sociologie, werkt aan het begrijpen van het belang van **nieuwe methoden van overdracht** aan jongeren die deze betrokkenheid mogelijk maken (Morin *et al.*, 2022; Doyle, 2020; Zamora-Polo *et al.*, 2019; O'Brien *et al.*, 2018; Napawan *et al.*, 2017; Uitto *et al.*, 2015). Morin *et al.* (2019: 4) merken bijvoorbeeld op dat in Québecse scholen "wetenschaps- en milieueducatie [...] het tegenovergestelde effect oplevert van wat wordt verwacht, namelijk dat het leidt tot een afname van wat we het gevoel van empowerment van jongeren zullen noemen". Louter feitelijk onderwijs lijkt niet langer bevredigend: "Het lijkt ons beter om verder te gaan dan onderwijs dat uitsluitend gebaseerd is op kennis over klimaatverandering en om een transformatief onderwijs te ontwikkelen met een maatschappijkritische doelstelling en gericht op de ontwikkeling van daadkracht" (Morin *et al.*, 2022: 6). Dit sluit aan bij wat we in het vorige deel hebben besproken (populariseren, nepnieuws herkennen, focussen op beelden, ...).

(3) Er moet massaal worden geïnvesteerd in onderwijs om zowel de inspanningen ter bewustmaking van klimaatverandering voort te zetten, als **de ongelijkheden en het aandeel NEETs onder jongeren te verminderen** (De Schutter, 2021; Baurès *et al.*, 2020; Sulich *et al.*, 2020; UNESCO, 2020; Ruesga-Benito *et al.*, 2018; UNESCO, 2015). Daarom keren wij hier terug naar het essentiële punt van het intrinsieke verband tussen sociale

rechtvaardigheid en klimaatrechtvaardigheid. Hoewel uit vele studies is gebleken dat bewustmaking, voorlichting en onderwijs onvoldoende doeltreffende instrumenten zijn om concrete praktijken in te voeren die een impact hebben op het milieu (Anciaux, 2020), blijkt uit andere studies dat er massaal in onderwijs moet worden geïnvesteerd om de ongelijkheden te verminderen (Morin *et al.*, 2022). De Schutter (2021) vindt bijvoorbeeld dat investeren in onderwijs een van de fundamentele instrumenten van de overgangsinspanning is. Samen met de vermindering van ongelijkheden spreekt hij van **een drievoudig dividend** dat de ecologische voetafdruk verkleint, werkgelegenheid creëert en bepaalde essentiële goederen en diensten toegankelijk maakt.

Het onderwijs over klimaatverandering moet daarom verder gaan dan de feitelijke elementen die de meeste jongeren in de lessen natuurwetenschappen of biologie leren. Er moet multidisciplinair onderwijs op verschillende schalen worden ontwikkeld (Sinakou *et al.*, 2021; Zamora-Polo *et al.*, 2019). Sommigen pleiten er zelfs voor de milieuproblematiek te integreren in elk van de onderwezen disciplines (Nederlands, wiskunde, natuurkunde, biologie, geschiedenis, aardrijkskunde, ...). De start van het academiejaar 2024 aan de UCLouvain vormt, net als aan andere universiteiten, een belangrijk keerpunt in dit opzicht. Alle bachelorstudenten zullen een duurzame ontwikkelingsdimensie in hun studieprogramma krijgen. Uit een studie over "Eco-Schools" in Vlaanderen (een keurmerk voor Vlaamse scholen die kiezen voor milieuvriendelijke praktijken en onderwijs) blijkt dat deze projecten duidelijk een pedagogisch effect hebben. Boeve-de Pauw en Van Petegem (2018) hebben aangetoond dat de theoretische en toegepaste kennis van leerlingen over de milieuproblematiek in dit schooltype groter is en dat de bereidheid van leerlingen om actie te ondernemen voor het klimaat buiten de school toeneemt. De Belgische jongeren die door *le Forum des Jeunes* (Jeugdraad van de Franse Gemeenschap) (2022) zijn geïnterviewd, lijken deze ontwikkelingen zelf te willen:

"De deelnemers [aan de *Forum des Jeunes*-enquête] stellen voor om milieueducatie op te nemen in het verplichte onderwijs, van het lager tot het hoger onderwijs. Van jongs af aan zou er een cursus kunnen worden gegeven om mensen bewust te maken van de klimaatverandering en van de mogelijkheden tot klimaatactie. [...] Een betere opleiding van het onderwijspersoneel op het gebied van milieu en duurzame ontwikkeling wordt essentieel geacht" (Forum des Jeunes, 2022: 12).

Onderwijsprojecten die de actieve betrokkenheid van jongeren bij klimaatvraagstukken willen stimuleren, kunnen ook buiten de school of het hoger onderwijs ontstaan (Monroe *et al.*, 2019). Napawan *et al.* (2017) nemen het voorbeeld van het *#OurChangingClimate*-experiment. Het doel daarvan is om via participatieve benaderingen de klimaatproblematiek begrijpelijk te maken voor jongeren. Om de verre beelden van orkanen en ijsberen achterwege te laten, worden de deelnemers uitgenodigd zelf beelden te construeren van de gevolgen van de klimaatverandering in hun directe omgeving. Het doel is de psychologische afstand te verkleinen door de kwestie dichterbij de burger te brengen. Andere experimenten bevestigen de relevantie van dit idee, met name de *Campus de la Transition* in Frankrijk (De Bénazé en Renouard, 2020), *The Climate Fresk* (2022) of het *FutureCoast Youth* experiment dat in 2015 met Engelse jongeren werd uitgevoerd (Doyle, 2020). O'Brien *et al.* (2018) stellen ten slotte dat het niet langer tijd is om jongeren te 'onderwijzen' over het klimaat, maar om hun betrokkenheid erbij te stimuleren. Belevissen van collectieve actie binnen scholen, zelfs als ze niet direct verband houden met milieukwesties, hangen daadwerkelijk samen met een frequentie van pro-milieuedrag (Uitto *et al.*, 2015).

1.5.2 Jongeren, klimaat en werkgelegenheid

Het gevoel van jonge Belgen met betrekking tot hun voorbereiding op de arbeidsmarkt klinkt in de meeste studies veeleer negatief. Zo leggen Pollet en Thier (2016: 9) uit: "Het algemene gezamenlijke gevoel is dat ze zich slecht voorbereid voelen op de wereldwereld en zich hulpeloos voelen als ze de school verlaten." Ook uit de enquête "Jongeren en werk in België" (2018), waarbij bijna 7.000 jonge Belgen tussen 18 en 30 jaar werden ondervraagd, bleek dat vier op de tien jongeren zich zorgen maken over hun professionele toekomst (43,7%). Dit is een gevoel dat ook buiten België wordt gedeeld en dat sinds de Covid-19-crisis is versterkt, aangezien de toegang tot werk

moeilijker is geworden. De pandemie heeft jongeren zwaarder getroffen dan enige andere leeftijdsgroep: "Tussen 2019 en 2020 hebben 15-24-jarigen een veel hoger percentage banenverlies meegemaakt dan volwassenen. [...] Velen verlieten vervolgens de arbeidsmarkt of slaagden er gewoon niet in die te betreden, vanwege de enorme moeilijkheden bij het zoeken en behouden van werk, terwijl er door veel regeringen beperkende maatregelen werden opgelegd" (Internationale Arbeidsorganisatie, 2022: 1). Eerder hadden we het over NEETs: "De 282 miljoen jongeren die zich in 2020 in deze situatie bevonden, hebben dus een cruciale fase in hun persoonlijke ontwikkeling gemist en zullen in de toekomst waarschijnlijk ernstige nadelen ondervinden op de arbeidsmarkt" (Internationale Arbeidsorganisatie, 2022: 1).

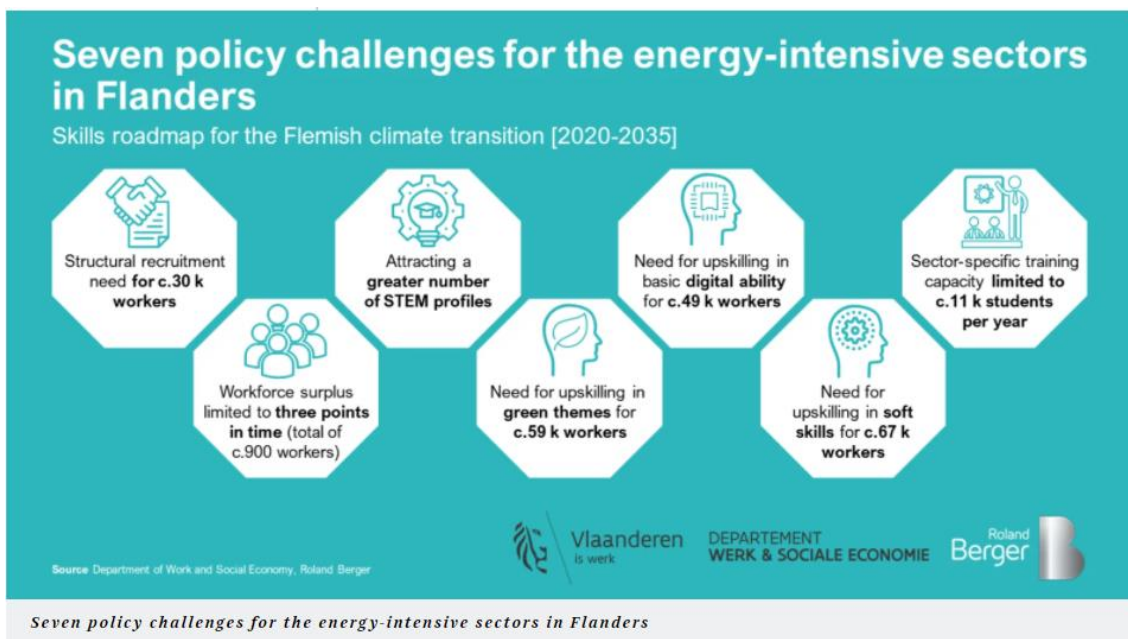
Buiten de pandemieperiode, tonen Pollet en Thier (2016) de aanhoudende structurele moeilijkheden van jongeren wanneer ze de arbeidsmarkt betreden: periodes van werkloosheid, klusjes of korte contracten, allemaal elementen van instabiliteit. Voor jongeren lijken werk en de onzekerheden daarvan dus een bron van zorg te zijn, die kan concurreren met bepaalde milieuverplichtingen.

Om dit probleem aan te pakken, tracht een deel van de literatuur het scala aan vaardigheden te actualiseren dat nodig is om een milieutransitie te ontwikkelen (Roland Berger, 2021; Sulich *et al.*, 2020; Jorgenson *et al.*, 2019; Boussemaere *et al.*, 2019). Zoals De Schutter (2021) stelt, kan de ontwikkeling van een ecologische transitie op basis van de vermindering van ongelijkheden **een kans zijn om zowel werkgelegenheid als welvaart te creëren**, aangezien vele sectoren zich noodzakelijkerwijs zullen moeten ontwikkelen en transformeren:

"Rechtvaardige transitie moet niet langer alleen worden opgevat als sociale steun of financiële compensatie voor beleid om de ecologische crisis te verzachten, maar ruimer als een geïntegreerde sociaalecologische transitiestrategie in het licht van ecologische crises, met inbegrip van zowel ecologisch beleid als ecologische tegenslagen [...] Deze ruime definitie is terug te vinden in de Verklaring van de COP26, waarin de traditionele thema's worden overgenomen met betrekking tot de begeleiding van werknemers bij de overgang naar nieuwe banen die gekenmerkt worden door waardigwerk via de sociale dialoog. Zij worden echter ingebed in een nieuwe economische strategie die onder meer inhoudt dat groei modellen die als ecologisch niet-duurzaam (overconsumptie van hulpbronnen) en sociaal niet-duurzaam (verergering van de ongelijkheden) worden beschouwd, opnieuw worden gedefinieerd." (Bauler *et al.*, punt 5), 2022 : 108-109)

Daarom is het interessant om te definiëren wat een 'groene baan' is om objectieve meetcriteria voor de toekomst vast te stellen (Sulich *et al.*, 2020). Er is geen consensus over deze definitie, maar volgens hen is het belangrijk om te vertrekken vanuit de definitie van duurzame ontwikkeling (WCED, 1987). Een groene baan zou dus een baan zijn "in een sector die goederen of diensten produceert die het milieu ten goede komen of die werkt aan het behoud van natuurlijke hulpbronnen" (Sulich en Zema, 2018: 2).

Op basis van een dergelijke definitie zijn talrijke pogingen tot classificatie ondernomen, per branche of sector, zoals die van Boussemaere *et al.* (2019), van Roland Berger (2021), of van Bianchi *et al.* (2022), bedoeld als referentiehulpmiddel voor dit onderwerp. Boussemaere *et al.* (2019) stellen voor om verschillende activiteitensectoren een voor een te betrekken bij een strategie om tegen 2050 koolstofneutraliteit te bereiken in België. De bestudeerde sectoren zijn mobiliteit en logistiek, bouw en stadsplanning, industrie, landbouw en, ten slotte, elektrische systemen, die allemaal als essentieel worden beschouwd voor een koolstofvrije toekomst. Roland Berger (2021) wijst op verschillende grote uitdagingen (figuur 6) waaraan de sectoren met hoge emissies het hoofd moeten bieden om de transitie-economie in Nederlandstalig België uit te bouwen (zoals het vermogen om gekwalificeerde profielen aan te trekken of studenten op te leiden en hen te motiveren om te streven naar de vastgestelde behoeften ten aanzien van de transitie) en geeft een precies cijfer voor de arbeidsbehoeften per sector. Ten slotte kiezen Bianchi *et al.* (2022) voor een andere benadering en geven zij een bredere opsomming van de vaardigheden die moeten worden ontwikkeld om tot een milieutransitie te komen.



Figuur 6. De 7 grote beleidsuitdagingen voor energie-intensieve sectoren in Vlaanderen (Roland Berger, 2021)

Uit de wetenschappelijke literatuur blijkt niet alleen dat nieuwe vaardigheden moeten worden ontwikkeld. Ook moeten **bepaalde sectoren worden opgewaardeerd**. Simões en Brito do Rio (2020) stellen bijvoorbeeld vast dat de meeste NEETs in Portugal zich op het platteland bevinden en dat zij een negatief beeld hebben over werken op het land. Daarom denken ze na over manieren om landbouwwerk weer aantrekkelijk te maken dat zowel noodzakelijk is voor de transitie als ook toegankelijk voor jonge plattelandsbewoners. Vanuit dezelfde gedachte wijst Sadzot (2021) op het gebrek aan arbeidskrachten bij tuinbouwactiviteiten: "Almaar meer gemeenschappen willen lokale en seizoensgebonden groenten kopen, maar kunnen geen telers vinden die aan zo'n grote vraag kunnen voldoen." Međugorac *et al.* (2020) concluderen dat in de toekomst **begeleidingsadviseurs** een leidende rol zouden kunnen spelen in het bemiddelen tussen transitiebehoeften en individuele wensen, maar ook en vooral dat deze individuele keuzes worden bepaald door structurele krachten. De representaties van jongeren die door externe aanbevelingen (afkomstig van reclame, de consumptiemaatschappij, ...) worden gevormd, spelen immers een belangrijke rol in hun individuele ontwikkelingsproces. In die zin lijkt het belangrijk om klimaatcommunicatieprogramma's te koppelen aan programma's voor beroepsintegratie (Međugorac *et al.*, 2020). Op dezelfde manier lijkt het belangrijk om systematisch na te denken over veranderingen in het onderwijs. Jorgenson *et al.* (2019) merken op dat onderzoek naar onderwijsverandering zich te vaak richt op individuen, op veranderingen in individueel gedrag in plaats van op collectieve acties. En Catellani (2021: 2) concludeert dat "individuele en structurele verandering niet tegenover elkaar moeten staan: beide gaan samen".

De literatuur is dus verdeeld. Bepaalde werken zijn gericht op de individuele vaardigheden die nodig zijn voor de transitie. Andere wijzen op de noodzakelijke herwaardering van hand- en landarbeid via een structurele verandering van het onderwijsstelsel in samenhang met de behoeften van de transitie op het gebied van werkgelegenheid.

Deel 2. Methodologie van de enquête

Samenvatting van het hoofdstuk

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een gecombineerde dataverzamelmethode. Deze methode heeft twee dimensies: een kwantitatieve en een kwalitatieve.

Eerst werd een enquête gehouden. Deze is gericht op jonge Belgen van 15 tot 24 jaar en tracht hun relatie met klimaatverandering te begrijpen vanuit drie invalshoeken: hun perceptie en begrip van deze problematiek, hun visies op de toekomst en, ten slotte, hun manieren om informatie te verkrijgen. Dit veldonderzoek stelt ons ook in staat de verschillen tussen de vooraf geïdentificeerde subgroepen van jongeren beter te begrijpen. Daarom worden een aantal sociodemografische gegevens verzameld. Om ervoor te zorgen dat alle doelgroepen werden bereikt, werd een multimodale verspreidingsstrategie gebruikt. Enerzijds werden vragenlijsten afgenomen op verschillende plaatsen waar jongeren aanwezig zijn (scholen, jeugdcentra, opleidingscentra), met bijstand van onze partners op het terrein. Anderzijds werd de link naar de digitale versie van de vragenlijst op grote schaal verspreid via verschillende media (sociale netwerken, media, ...). Ondanks de inherente beperkingen van dit type methode, heeft deze vragenlijst het mogelijk gemaakt een gegevensbestand (n=1000) te verzamelen dat relatief representatief is voor de verschillende categorieën jongeren. Deze gegevens werden statistisch verwerkt met behulp van de kwantitatieve analysesoftware SPSS om trends, overeenkomsten en verschillen tussen de subgroepen vast te stellen.

In een tweede stadium werden focusgroepen georganiseerd. Het gebruik van kwalitatieve methoden maakt het gemakkelijker om mensen te benaderen waarvan het moeilijker is om via vragenlijsten hun mening te achterhalen. Zo werden focusgroepen georganiseerd (n=7) met de hulp van partners op het terrein, binnen jeugdzorgorganisaties in heel België. Deze organisaties werden gekozen omdat zij in staat zijn jongeren met een sociaal-economische achterstand op te vangen. Ongeveer vijftig jongeren hebben in de zomer van 2022 deelgenomen aan deze focusgroepen. De gegevens die uit deze besprekingen voortvloeien, maken het mogelijk de kwantitatieve gegevens uit te breiden, te bevestigen, te nuanceren of te ontkennen. Ze zijn verwerkt met behulp van de kwalitatieve analysesoftware NVivo.

Inleiding

Ons veldonderzoek is gebaseerd op een gecombineerde methode (Teddlie en Tashakkori, 2009). Het bestaat enerzijds uit het verzamelen van gegevens via vragenlijsten (N=1000) en anderzijds uit het organiseren van focusgroepen om kwalitatieve gegevens te verzamelen door middel van collectieve semi-directieve interviews die zijn aangepast aan de bestudeerde populatie. Er werd voor deze gecombineerde methode gekozen vanwege de vele voordelen die deze biedt. Ze maakt de triangulatie van de resultaten en hun wederzijdse verrijking mogelijk en moedigt ons aan om aandachtig te blijven voor mogelijke interpretatieve paradoxen als gevolg van de blinde vlekken die inherent zijn aan elk van de methoden (Rossman en Wilson, 1985).

Voor ons onderzoek maakte het eerste deel van ons veldwerk (het verzamelen van gegevens via de vragenlijst) het mogelijk om het tweede deel (de methodologische constructie van de focusgroepen) te versterken. Chronologisch

gezien was het eerste deel van ons project de verspreiding van onze enquêtevragenlijst (april-september 2022). In een tweede fase werden focusgroepen georganiseerd (juli-september 2022), verrijkt met de voorlopige resultaten van de vragenlijst. Deze gesprekken waren ook een gelegenheid om bepaalde aanvankelijk omschreven theoretische voorstellen te testen en tegelijkertijd nieuwe kwalitatieve gegevens te verzamelen, waardoor een beter inzicht kon worden verkregen in de visie van jongeren op klimaatverandering. De discussies in de focusgroepen hebben het mogelijk gemaakt de meerkeuzeantwoorden in de vragenlijst te verduidelijken en te verrijken. De twee methodologische delen van ons veldonderzoek werden dus opgebouwd in een synergetische en heen-en-weer gaande beweging tussen kwantitatieve en kwalitatieve gegevens. We komen hier terug op de theoretische elementen die ten grondslag liggen aan het kwantitatieve onderzoek en de verspreiding van onze vragenlijst (1), alvorens de opzet van de focusgroepen te bespreken (2).

2.1 Vragenlijst

2.1.1 Opzet van de vragenlijst: "Hey jij, wat denk jij over het klimaat?"

Het doel van de vragenlijst is om kwantitatieve en kwalitatieve gegevens te verzamelen om te begrijpen hoe Belgische jongeren in al hun diversiteit de realiteit van de klimaatverandering ervaren. Er worden drie invalshoeken ontwikkeld: (1) hun perceptie van de klimaatverandering en hun eigen rol in de ecologische transitie, (2) hun visie op de toekomst en hun perceptie van de arbeidsmarkt, (3) hun begrip van informatie en communicatie over het klimaat. Het doel van deze vragenlijst is inzicht te krijgen in de standpunten van jongeren in hun heterogeniteit. De vragenlijst moet ons in de eerste plaats in staat stellen onderscheid te maken tussen verschillende categorieën jongeren: actieve jongeren (werknemers) en inactieve jongeren (studenten, werklozen, ...), jongeren die zich voor het klimaat inzetten en jongeren die zich niet noodzakelijk voor het onderwerp interesseren, en ten slotte jongeren in verschillende sociaal-economische posities. De eerste stap bij het opstellen van de vragenlijst was dan ook het identificeren van deze verschillende categorieën. De tweede stap was focussen op de toekomstvisie en de klimaatverandering.

De uitdaging van deze vragenlijst bestaat erin een onderwerp te ontwikkelen dat zowel wetenschappelijk als maatschappelijk relevant is. Ten eerste wetenschappelijk relevant opdat elke vraag statistisch bruikbaar kan zijn en voldoende elementen bevat om een kruisanalyse van de gegevens mogelijk te maken. Ten tweede maatschappelijk relevant omdat de resultaten van de vragenlijst het mogelijk moeten maken aanbevelingen op te stellen voor de politieke, educatieve, associatieve en mediawereld. Om deze doelstellingen te bereiken werden 28 vragen opgesteld en in vier subsecties gegroepeerd: (1) profilering van jongeren, wat een fundamentele voorwaarde is voor onze alomvattende doelstelling om jongeren van 15-24 jaar niet te homogeniseren, (2) visies op klimaatverandering en de rol van jongeren hierin, (3) toekomstvisie, (4) verhouding tot klimaatinformatie en -communicatie.

Een streven van de kwantitatieve aanpak is het doelpubliek efficiënt te benaderen, vooral door de uitdagingen van tijdsduur en begrip aan te gaan. Enerzijds werden jongeren van 15 tot 24 jaar geregeld benaderd, zodat de vragenlijst snel genoeg kon worden ingevuld. Aan het eind van de enquête stelden wij vast dat de gemiddelde reactietijd op de vragenlijst 9,6 minuten (576 seconden) bedroeg. Wij menen dan ook dat wij deze verbintenis zijn nagekomen.

Anderzijds was het ook belangrijk na te denken over de formulering van elke vraag om deze toegankelijk en begrijpelijk te maken. De communicatiestrategieën voor jongeren hadden betrekking op woordenschat, semantiek en zinsbouw: de titel van de enquête was opvallend en uitdagend ("En jij, wat denk jij over het klimaat?"), er werd gekozen voor de tweede persoon enkelvoud om onnodige drempels weg te nemen (tutoyeren) en te ingewikkelde formuleringen alsook technisch, media- en wetenschappelijk jargon werden beperkt. Wanneer bepaalde

concepten als zodanig moesten worden benoemd (bv. *koolstofvoetafdruk*), hebben wij zelf een korte definitie voorzien in de vragenlijst. Ten slotte maakte het gebruik van de Likertschaal met herhalende ijkpunten het ook mogelijk om het antwoordsysteem te vereenvoudigen, terwijl de relevantie voor de analyse behouden bleef.

We besteedden aandacht aan twee andere punten van openheid: het gebruik van inclusief taalgebruik (in zijn niet-complexe vormen⁹, met als doel "iedereen zich betrokken te laten voelen" bij de formulering van de vragen. De toevoeging van optionele open vragen stelde de respondenten in staat om zich schriftelijk uit te drukken over hun visie op klimaatcommunicatie. Dit deel omvatte een link naar het participatieplatform "Flip Grid", dat jongeren aanmoedigt een aantal open vragen te beantwoorden door zichzelf te filmen. "Als je een teletijdmachine had, wat zou je dan tegen onze voorouders zeggen?" "Als de eerste minister van België je morgen om advies vraagt, wat zou je dan zeggen?" "Als je een toverstaf had, wat zou je dan als eerste voor de planeet doen?"

Het profiel van jongeren

Dit eerste onderdeel omtrent profilering is essentieel omdat het tot doel heeft de sociodemografische kenmerken van onze verschillende subgroepen jongeren vast te stellen, wat een essentieel methodologisch element is, zoals hierboven uiteengezet.

Het profiel van de respondent wordt opgesteld aan de hand van een reeks sociodemografische variabelen zoals geslacht, woonplaats, moedertaal en leeftijd. Dit laatste is een essentiële variabele voor onze studie, die betrekking heeft op 15- tot 24-jarigen.¹⁰ Al deze initiële variabelen stellen ons in staat een nauwkeurig portret van de respondenten te schetsen en ervoor te zorgen dat zij geografisch en taalkundig representatief zijn.

De tweede uitdaging van dit vragenblok is het identificeren van de verschillende categorieën met een sociaal-economische achtergrond. Aangezien de vragen over inkomensniveaus voor jongeren moeilijk te beantwoorden zijn (velen van hen ontvangen niet rechtstreeks een inkomen of weten niet precies hoe hoog het inkomen van hun gezin is), werd er gekozen voor de variabelen 'diploma's', individueel en familiaal. De identificatie van het opleidingsniveau van de moeder wordt beschouwd als een sociologisch bepalende variabele (Place en Vincent, 2009), uitgaande van het feit dat de beroepspositie van een persoon wordt bepaald door de beroepspositie van zijn of haar ouders, evenals het diploma dat hij of zij behaalt (Girès, 2020), en in het bijzonder voor de groep NEETs. Volgens een statistische definitie van deze groep (Eurofound, 2016; Statbel, 2016) hebben deze vragen tot doel jongeren te identificeren die niet werken en geen opleiding of scholing volgen. Daarnaast hebben wij ook een vraag over het economisch besef toegevoegd. Het is van essentieel belang te weten hoe de economische situatie van de ondervraagden wordt ervaren, met name om hun toekomstverwachtingen beter te begrijpen.

Opvattingen over de klimaatverandering

Het tweede deel van de vragenlijst richt zich op de opvattingen van jongeren over klimaatverandering en vult hun profilering aan met variabelen voor engagement en vrijblijvendheid op klimaatgebied.

Eerst wordt hun individuele engagement getest om de profilering van jongeren af te ronden, in eerste instantie hun bereidheid om iets te doen voor het klimaat en in tweede instantie hun feitelijke gedrag via hun consumptiegewoonten en andere praktijken (Defra, 2008). Deze gewoonten werden aangepast aan de handelingsbekwaamheid van hun leeftijdsgroep. Vragen over de consumptie van kleding, elektronische apparatuur, vlees of tweedehandsproducten kregen de voorkeur boven andere vragen die als meer technisch of

⁹ Daarom hebben wij het gebruik van het middelpunt aangemoedigd, wanneer dit het mogelijk maakt zowel mannelijke als vrouwelijke versies op te nemen zonder de lezing hermetisch te maken. In andere gevallen hebben we beide versies in de zin ingevoegd met behulp van zelfstandige naamwoorden.

¹⁰ Volgens de definitie van de VN, online beschikbaar: <https://www.un.org/fr/global-issues/youth>

minder toegankelijk voor hun handelingsvermogen werden beschouwd (zoals de isolatie van hun huis, de keuze van auto's, vervoermiddelen, investeringen, ...). De uitdrukking "Je besteedt aandacht aan ..." werd gekozen om te verwijzen naar alle ondervraagde gewoonten om te vermijden dat vragen over hun levensstijl mogelijk een voorschrijvend karakter zouden hebben en tot schuldgevoelens zouden leiden. Om de profilering van de jongeren te vervolledigen en hun ervaringen beter te begrijpen, werd ook het collectieve engagement getest door twee vragen, ditmaal binair (ja/nee), over hun deelname aan klimaatacties: enerzijds de deelname aan betogingen en anderzijds, meer algemeen, de deelname aan projecten ten gunste van het klimaat, binnen non-profitorganisaties, op school, ...

In dit deel zijn ook variabelen opgenomen die informatie verschaffen over de percepties, de gevoelens en de visie van jongeren op klimaatverandering. Deze percepties worden getest aan de hand van een 5-punts Likertschaal. Ten eerste wordt de mate van bezorgdheid van jongeren getest. Bepaalde vragen uit de Eurobarometer "Europeans' attitudes towards climate change" (2008) werden gebruikt en aangepast. Deze maken het mogelijk het inzicht van jongeren en hun houding tegenover klimaatverandering te evalueren. Vervolgens worden drie vragen gesteld om de mate van bezorgdheid te beoordelen, voordat een vraag wordt gesteld om de gepercipieerde mate van verantwoordelijkheid van verschillende actoren te evalueren (staten, bedrijven en de industrie, rijkere individuen, alle individuen, voorgaande generaties, evolutie van de natuur, de aarde, het klimaat).

Ten slotte worden de belemmeringen voor betrokkenheid (Stankuniene *et al.*, 2020; Gifford *et al.*, 2011) die door jongeren worden ervaren, getest aan de hand van indicatoren die aan deze doelgroep zijn aangepast en in drie categorieën zijn ingedeeld: persoonlijke belemmeringen (afhankelijkheid van familie, perceptie van resultaten, kennis van oplossingen), interpersoonlijke belemmeringen (sociale normen, betrokkenheid van familie en vrienden) en externe belemmeringen (regelgeving, bestaan en toegang tot oplossingen).

Toekomstvisie

Het derde deel, bestaande uit twee hoofdvragen, geeft informatie over de visie van jongeren op de toekomst, opnieuw met behulp van een 5-punts Likertschaal. Deze visie wordt hier doorgetrokken naar andere kwesties die niet rechtstreeks verband houden met klimaatverandering, met name naar kwesties die verband houden met de toekomst en de arbeidsmarkt.

De eerste vraag in dit onderdeel is erop gericht indicatoren te vinden voor persoonlijke positionering (in het bijzonder optimisme) in de ecologische transitie. Voelen jongeren zich persoonlijk betrokken bij deze transitie? Geloven ze dat dit een kans heeft om te slagen? Er is een definitie van transitie aan dit onderdeel toegevoegd, aangezien dit begrip nogal hermetisch¹¹ kan zijn. Vervolgens hebben wij ons laten inspireren door Dagnaud (2021) om de gevoelens van jongeren met betrekking tot hun levenskwaliteit te evalueren. Vinden zij deze kwalitatief gelijkwaardig aan die van hun ouders? Vervolgens worden meerdere vragen, voornamelijk ontleend aan Waeterloos *et al.* (2021), Lee *et al.* (2020) en Corner *et al.* (2015), gewijd aan hun feitelijke plaats binnen de transitie en aan hun visie op ongelijkheid. In een tweede deel evalueren we hun visie op hun professionele toekomst. Alvorens te begrijpen hoe jongeren hun toekomst zien, was het echter belangrijk om te testen hoe zij de opleiding ervaren die zij volgen of hebben gevolgd, evenals hoe zij hun mogelijkheden op de arbeidsmarkt inschatten (Lefébure, 2020; Jorgenson *et al.*, 2019; Međugorac *et al.*, 2020). Enerzijds wordt er dus een indicator onthuld van hun tevredenheid met de opleiding, alvorens een tweede indicator te onthullen over hun mate van optimisme of bezorgdheid over de arbeidsmarkt en hun vermogen zich daarin te integreren.

¹¹ De gekozen definitie luidt als volgt: "De ecologische transitie is een verandering die we in verschillende aspecten van ons leven willen doorvoeren (hoe we warmte consumeren, hoe we eten, hoe we reizen...) teneinde een consumptie te bereiken die de hulpbronnen van de aarde respecteert. Bron: Oxfam."

Jongeren en informatie

Het vierde en laatste deel van de vragenlijst bevat vragen die bedoeld zijn om een beter inzicht te krijgen in de verhouding tussen jongeren en klimaatcommunicatie en, over het algemeen, tussen jongeren en informatie. Deze vragen, grotendeels opgemaakt met een 5-punts Likertschaal, maken het mogelijk om indicatoren voor perceptie en receptie te construeren (Antronico *et al.*, 2020; Ojala en Lakew, 2017; Fløttum *et al.*, 2016).

Allereerst worden de verschillende informatiebronnen (sociale netwerken, kranten, radio, online netwerksites, televisie, ...) en het gebruik ervan beoordeeld om na te gaan hoe jongeren zich tegenwoordig informeren over klimaatverandering en om hun mate van vertrouwen in de verschillende beschikbare informatiebronnen te evalueren. Er wordt een zelfbeoordelingsindicator opgesteld die tracht de perceptie van hun eigen kennis- en informatieniveau inzake klimaatkwesties te bepalen. In een tweede fase wordt de perceptie van informatiekanaalen geëvalueerd om te bepalen wat het belangrijkste is, in het bijzonder tussen tekstuele en visuele formaten. Vervolgens wordt het begrip infodemie (Lits *et al.*, 2019), oftewel informatieverzadiging, getoetst bij jongeren, meer bepaald door middel van hun perceptie omtrent de woordvoering van experts in de media.

Het laatste deel is gewijd aan de visie van jongeren op hun eigen integratie binnen de klimaatcommunicatie. Eerst worden verschillende deelvragen gesteld, waaronder de ideeën van Libaert (2020) en Doyle (2020), om de perceptie van hun plaats in deze klimaatcommunicatie vast te leggen. De vragenlijst wordt afgesloten met een open vraag: "Tot slot, hoe zou je geïnformeerd willen worden over klimaatverandering?" Het antwoord wordt gebracht in een groot open veld dat enerzijds de jongeren in staat stelt zich vrij te uiten om hun deelname af te sluiten, en anderzijds een aanzienlijke hoeveelheid kwalitatief materiaal oplevert.

2.1.1 Verspreiding van de vragenlijst

Om de kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen in termen van respondenten (N=1000) en representativiteit van de geïdentificeerde subgroepen te bereiken, werd een multimodale verspreidingsstrategie toegepast.

Wij vonden deze multimodale spreiding noodzakelijk voor een representatieve weergave van de verschillende vooraf geïdentificeerde categorieën jongeren. Het gebruik van uitsluitend een gedematerialiseerde onlinedistributiemethode zou immers minder doeltreffend zijn geweest om rekening te houden met gediversifieerde profielen. Wij weten dat de jongeren met de grootste sociaal-economische voorsprong en jongeren die het meest betrokken zijn bij het klimaat eerder geneigd zijn dit soort onlinevragenlijsten in te vullen dan anderen. Enerzijds omdat ze gemakkelijker toegang hebben tot digitale hulpmiddelen en anderzijds omdat belangstelling voor een onderwerp een belangrijke factor is bij het al dan niet beantwoorden van een vragenlijst. Daarom werd onze vragenlijst ook op papier verspreid, dankzij onze partners op het terrein. Tegelijkertijd weten we dat sociale netwerken een belangrijk instrument blijven om jongeren te bereiken, ongeacht hun achtergrond. Sociale netwerken stelden ons dus in staat het aantal respondenten te vergroten dankzij verschillende soorten inhoud. Het hoofdstuk is als volgt opgebouwd: (1) we hebben onze vragenlijst verspreid via onze partners op het terrein (scholen, non-profitorganisaties, AMO's,¹² opleidingscentra, ...), (2) gelijktijdig werd een verspreidingsstrategie online uitgevoerd, via e-mail en op verschillende sociale netwerken, (3) vervolgens kon deze strategie nieuw leven worden ingeblazen door de uitvoering van een loterij met cadeaubonnen, (4) ook de zogenaamde 'traditionele' media hebben bijgedragen tot de verspreiding van onze oproep tot deelname, (5) ten slotte hebben we beroep gedaan op een gegevensverzamelingsbedrijf om het aantal Nederlandstalige respondenten te verhogen.

¹² Een 'AMO' is in Franstalig België een open jeugddienst, vergelijkbaar met een JAC in Nederlandstalig België. Zie bv. <https://www.jeminforme.be/les-amo/>

Partners op het terrein

Een centraal element van het voorbereidende werk voor onze studie was het leggen van contacten met de spelers op het terrein. Het waren deze partners die ons toegang gaven tot de standpunten van de jongeren, met name door ons toe te staan hen te ontmoeten tijdens de focusgroepen (we komen hierop terug in het volgende deel), maar ook door te helpen bij de verspreiding van de vragenlijst. De lijst van deze partners staat in bijlage 1.

Er werden drie soorten partners benaderd. In de eerste plaats **organisaties die gericht zijn op jongeren**, bestaande uit verschillende entiteiten: jeugdhuizen (JH) (die het hele jaar door jongeren ontvangen voor verschillende educatieve en recreatieve projecten), AMO's (open jeugddiensten, plaatsen waar jongeren worden ontvangen, gehoord, geïnformeerd, gesteund en begeleid, met als taak de problemen die hen in hun dagelijks leven treffen, te verhelpen) en verschillende andere vzw's die verband houden met jongeren, zoals Scouts of ATD Vierde Wereld. Vervolgens werd contact opgenomen met **scholen, instituten en instellingen voor hoger onderwijs**. Zo werden verschillende partnerschappen opgezet, rechtstreeks met bepaalde leerkrachten die ons hebben geholpen om onze enquêtevragenlijst in hun klassen te verspreiden (Collège Saint Guibert de Gembloux, Collège Saint André d'Auvelais, Collège d'Erpent à Namur: figuur 7, Ecole de la Providence de Champion, ...) maar ook met instellingen die de vragenlijst rechtstreeks via hun digitale platformen konden verspreiden (UCLouvain, UAntwerpen, ...). Ten slotte werden ook **opleidingscentra** benaderd (bv. Habbekrats in Antwerpen).

Sommige partners konden de jongeren met wie ze werken rechtstreeks vragen onze vragenlijst in te vullen, of hielpen hen bij het invullen ervan, op papier of online. Anderen konden ons ontvangen zodat we het begeleidende werk zelf konden doen. Nog anderen hielpen ons met het verspreiden van onze oproep tot deelname via hun verschillende netwerken.



Figuur 7. De vragenlijst wordt ingevuld in een klas aan het Collège d'Erpent in Namen. Leerlingen nemen rechtstreeks deel op hun mobiele telefoon met behulp van een QR-code.

De verspreiding via onlinekanalen en via sociale media

De online verspreidingsstrategie was gericht op twee sociale netwerken, Facebook en Instagram, met een eigen strategie voor elk van deze netwerken. Deze strategie was eerst gebaseerd op de ontwikkeling van visuele hulpmiddelen. Er werd een communicatieve reflectie uitgevoerd over de ontwikkeling van communicatiemateriaal gericht op een divers publiek. Deze materialen moesten de aandacht trekken van zoveel mogelijk mensen, niet alleen van jongeren die al geïnteresseerd zijn in klimaatkwesties. Daarom hebben wij, in overeenstemming met de methodologische overwegingen van het verslag van de Nationale Studentenraadpleging van REFEDD (CNE, 2020: 11), ervoor gekozen de kenmerkende tekens van het milieuonderwerp te vermijden (geen groene plantkleur, geen symbool dat verband houdt met ecologie, ...). In de titel van ons onderzoek komt alleen het woord 'klimaat' voor om ons onderwerp te situeren. Deze titel, die op de afbeelding voorkomt, neemt ten slotte de vorm aan van een vraag: "Hey jij, wat denk jij over het klimaat?". Er is dus gekozen voor een Call To Action-formulering. Die vergroot de betrokkenheid van de lezers op de netwerken (en dus de deelname aan de vragenlijst) door hen rechtstreeks uit te dagen. In de publicaties stond het beeld van de jeugd centraal en niet dat van het klimaat (figuur 8). Elke afbeelding en elke publicatie werden in beide landstalen gepubliceerd op onze verschillende netwerken.



Figuur 8. Uittreksel van afbeeldingen gebruikt voor communicatie op sociale netwerken.

Verspreidingsstrategie op Facebook

Waarom kozen we voor Facebook, hoewel het geen bijzonder populair netwerk is voor jongeren? "Facebook is voor oude mensen", vatte de 17-jarige Ernest laconiek samen,¹³ konden we al in 2018-2019 in de pers lezen. Uit het PeW-onderzoek (Anderson en Jiang, 2018: 2) blijkt inderdaad dat Facebook in de afgelopen jaren niet langer domineert op de ranglijst van netwerken die jongeren gebruiken. Slechts de helft van de Amerikaanse tieners heeft aangegeven dit netwerk te gebruiken in 2018, terwijl dit percentage in de jaren 2014-2015 71% was (Gramlich, 2021: 3). In 2018 gebruikt een grote meerderheid van de Amerikaanse tieners YouTube en Instagram, ook dat blijkt uit het PeW (respectievelijk door 85% en 72% van de jongeren in 2018). Facebook blijft echter het netwerk met de meeste Belgische internetgebruikers tussen 16 en 64 jaar: 81,1%, volgens een studie van Kepios, We Are Social en Hootsuite (Kemp, 2021). Daarom is het moeilijk om jongere mensen te bereiken via Facebook. Jongeren van 20-24 jaar zijn echter wel aanwezig, al is het maar voor de Facebookgroepen, waarbij *betrokkenheid*¹⁴ belangrijk is.

Deze elementen brachten ons ertoe een strategie te volgen waarbij *publicaties worden gedeeld* via persoonlijke Facebook-accounts. Een speciale Facebookpagina voor het project zou contraproductief zijn geweest, gezien het gebrek aan betrokkenheid van jongeren op dit netwerk (Kemp, 2021).



Figuur 9. Facebookpost

Verschillende publicaties met een afbeelding en een korte oproep tot deelname werden daarom op verschillende momenten tijdens het verspreidingsproces gepubliceerd op de persoonlijke Facebookpagina's van leden van het onderzoeksteam (figuur 9).

¹³ Emptaz, E. (2019, september 2). *Pourquoi Facebook ne séduit plus les jeunes*. Capital.fr. <https://www.capital.fr/entreprises-marches/pourquoi-facebook-ne-seduit-plus-les-jeunes-1348884>

¹⁴ Betrokkenheid wordt hier opgevat in de zin van het communicatiejargon op sociale netwerken, d.w.z.: "Betrokkenheid op sociale netwerken is het proces van communicatie en interactie tussen een entiteit (merk, bedrijf, influencer, ...) en haar onlinegemeenschap". (Qualtrics) <https://bit.ly/3TdcyV4>

Al deze publicaties werden massaal gedeeld in belangengroepen. Sommige van onze partners konden deze publicaties ook gebruiken om onze enquête gemakkelijker door te geven op hun eigen netwerken en er werd een lijst van distributiegroepen samengesteld (bijlage 2).

Deze lijst van 133 groepen bestaat onder meer uit Facebookgroepen waar onze publicaties konden worden gedeeld (figuur 10). Daarbinnen werden verschillende soorten Facebookgroepen onderscheiden en benaderd met twee verschillende deelstrategieën.

In de eerste plaats werden studenten- en jongerengroepen beoogd. In deze groepen worden de verschillende publicaties gedeeld door jongeren rechtstreeks aan te spreken en hen aan te bieden deel te nemen aan het huidige onderzoek.



Figuur 10. Een publicatie gedeeld op de Facebookgroep van ULiège en op de lokale groep van de stad Keerbergen in Vlaanderen.

In de tweede instantie werden 'lokale' groepen benaderd. Deze groepen brengen de inwoners van een regio, een stad of een dorp samen en dienen over het algemeen als een plaats voor uitwisselingen over lokaal nieuws. Deze groepen zijn zeer aanwezig op Facebook (sommige groepen hebben tientallen berichten per dag en evenveel reacties). Toch worden ze grotendeels bezocht door een oudere bevolking. Dat is waarom de boodschap naar hen toe verschilde. Deze boodschap nodigde hen namelijk uit om de enquête in hun omgeving te verspreiden, zodat jongeren uit heel België (en vooral uit hun regio) hun mening zouden geven.

Uiteindelijk hebben 215 respondenten Facebook gebruikt om de vragenlijst te beantwoorden, wat de relevantie van onze strategie en onze keuze om dit netwerk te gebruiken, bevestigt.

Verspreidingsstrategie op Instagram

In tegenstelling tot Facebook, wordt Instagram steeds vaker het sociale netwerk van de jongere generatie genoemd (Gramlich, 2021). Het is ook de plaats waar de meeste commerciële communicatieactiviteiten plaatsvinden, wat zowel in ons voordeel als in ons nadeel zal spelen. Er werd een Instagramaccount met de naam "jeunesetclimatuclouvain" aangemaakt, dat ons in staat stelt regelmatig te *communiceren en te posten* (figuur 11).



Figuur 11. Het Instagramaccount van Jongeren en Klimaat UCLouvain

Instagram werkt met 'verhalen' (het kortstondig delen van inhoud). Op die manier konden we de link naar de vragenlijst regelmatig onder de aandacht van het groeiende publiek brengen. We konden ook de voortgang van het project toelichten en rapporteren, verschillende boodschappen verspreiden, communiceren over de cadeaubonnen (zie punt 1.2.3), ... De uitdaging was om de regelmaat van de publicaties te handhaven en tegelijkertijd regelmatig de Instagramaccounts van nieuwe jongeren te 'volgen' om hen onze inhoud te laten zien. Dankzij deze publicaties heeft zich geleidelijk een aanzienlijk publiek kunnen ontwikkelen, dat meetbaar is met de instrumenten van het netwerk zelf. Figuur 12 laat bijvoorbeeld zien dat op 10 augustus 2022, 100 mensen werden bereikt door de publicatie van een *verhaal* met de link naar de vragenlijst.



Figuur 12. Publicatie van een verhaal om de link naar de vragenlijst en de cadeaubonnen te promoten. Publiek linksonder in beeld.

Het laatste aspect van de communicatiestrategie op Instagram berustte op "influencers". Deze hebben een publiek dat hun de mogelijkheid biedt boodschappen te verspreiden onder duizenden mensen, vooral jongeren. De accounts van @jeremy_delarue (6.000 volgers), @nergy_music (300 volgers) en @twigg_taraxac (6.000 volgers) stemden ermee in ons te helpen de link naar onze vragenlijst te verspreiden onder hun community (figuur 13). Het is noemenswaardig dat de meeste influencers het aanbod om te publiceren afwezen omdat we geen compensatie boden, en onze enquête waarschijnlijk beschouwden als *product placement*.



Figuur 13. De link naar de vragenlijst wordt gedeeld door twee influencers

Uiteindelijk hebben we een kleine honderd respondenten via Instagram bereikt. Dit netwerk is echter een goed instrument geweest om de enquête en het project Jeugd en Klimaat in zijn geheel te promoten.

FNAC-cadeaubonnen

Om de deelname te bevorderen werden er onder meer trekkingen georganiseerd om Fnac-cadeaubonnen ter waarde van € 50 te winnen. Deze strategie maakt het mogelijk de aantrekkelijkheid van de communicatie en de vragenlijst te vernieuwen. Het maakt het ook mogelijk jongeren aan te trekken die zich niet bewust zijn van de klimaatproblematiek, aangezien we – zoals hierboven vermeld – weten dat bewuste jongeren meer geneigd zijn een vragenlijst over dit onderwerp te beantwoorden.

Vier cadeaubonnen werden aangeboden met een regelmatige trekking gedurende enkele weken (augustus-september 2022). Het Instagramaccount van het project kondigde regelmatig het bestaan van deze trekkingen aan, en maakte ook de winnaars van de cadeaubonnen bekend, voor zover ze die accepteerden (figuur 14).



Figuur 14. Verhalen die de strategie van cadeaubonnen mediatiseren

Verspreiding in de media

Wij hebben beroep gedaan op de Belgische, hoofdzakelijk Franstalige, media om een oproep tot deelname uit te zenden. Het is ons namelijk gebleken dat de Nederlandstalige media in België minder geneigd zijn bekendheid te geven aan projecten in uitvoering. Daarom werd in samenwerking met de persdienst van de UClouvain een persbericht opgesteld en naar verschillende redacties gestuurd. Doel van het persbericht was bekendheid te geven aan de oproep tot deelname door het onderzoeksproces toe te lichten. Hoewel het moeilijk lijkt jongeren via de traditionele media te bereiken, is het idee achter deze aanpak tweeledig. Aan de ene kant het bereiken van bepaalde tussenpersonen (ouders, vrienden, ...) die de informatie aan de jongeren in hun omgeving kunnen doorgeven. Aan de andere kant ook om legitimiteit te verwerven, zowel in onze partnerschapsverzoeken als op sociale netwerken.

Er werden verschillende interviews afgenomen en er werden verschillende persartikels gepubliceerd in de nationale media, zowel in gedrukte vorm als online (figuur 15).



Figur 15. Persartikels, zowel gedrukt als digitaal, die de oproep tot deelname aan de vragenlijst verspreiden

Extern panel

Om het oorspronkelijk geplande aantal respondenten (N=1.000) te bereiken en om de deelname van Nederlandstalige respondenten aan te moedigen, hebben wij uiteindelijk beroep gedaan op een onderaannemer die de antwoorden van 300 Nederlandstalige respondenten heeft verstrekt.

De respondenten van dit panel zijn tussen 16 en 24 jaar oud. De onderaannemer wilde zich niet verbinden tot het verzamelen van antwoorden van jongeren onder de 16 jaar vanwege interne bedrijfsclausules. Wij hadden dit probleem niet omdat digitale wetenschappelijke enquêtes bij jongeren vanaf 13 jaar nu zonder toestemming van de ouders worden aanvaard, zolang zij niet in strijd zijn met de regels inzake gevoelige gegevens, zoals uitgelegd in de GDPR.

De gemiddelde leeftijd van dit panel was 20,8 jaar. 60% van de respondenten waren vrouwen, 40% mannen en een grote meerderheid waren studenten (73%), die minstens een diploma van de middelbare school hadden (59%). Tot slot komen zij uitsluitend uit Vlaamse provincies.

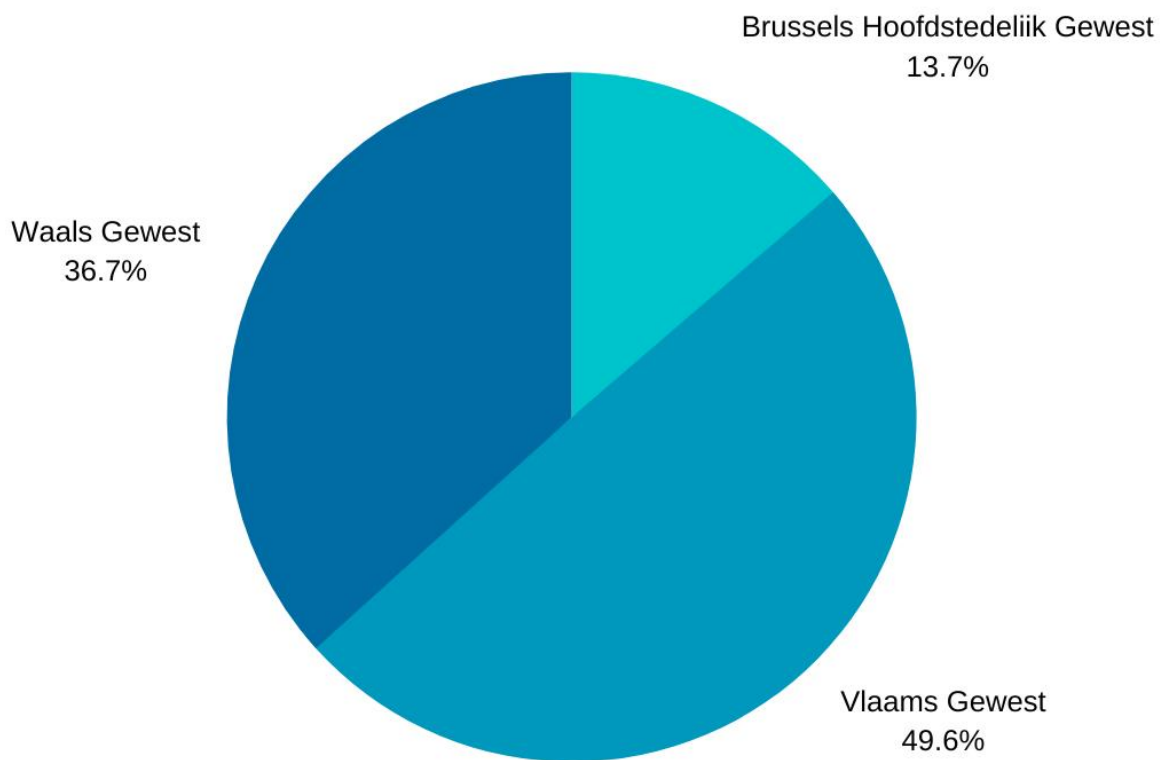
2.1.3 Profielen en beperkingen

In dit deel bespreken wij de kenmerken van de populatiesteekproef in ons vragenlijstonderzoek (1), de manier waarop wij onze gegevens hebben verwerkt (2) en onze analyses hebben uitgevoerd (3), en de beperkingen van onze methode en de vertekeningen die zij met zich meebracht (4).

Populatie

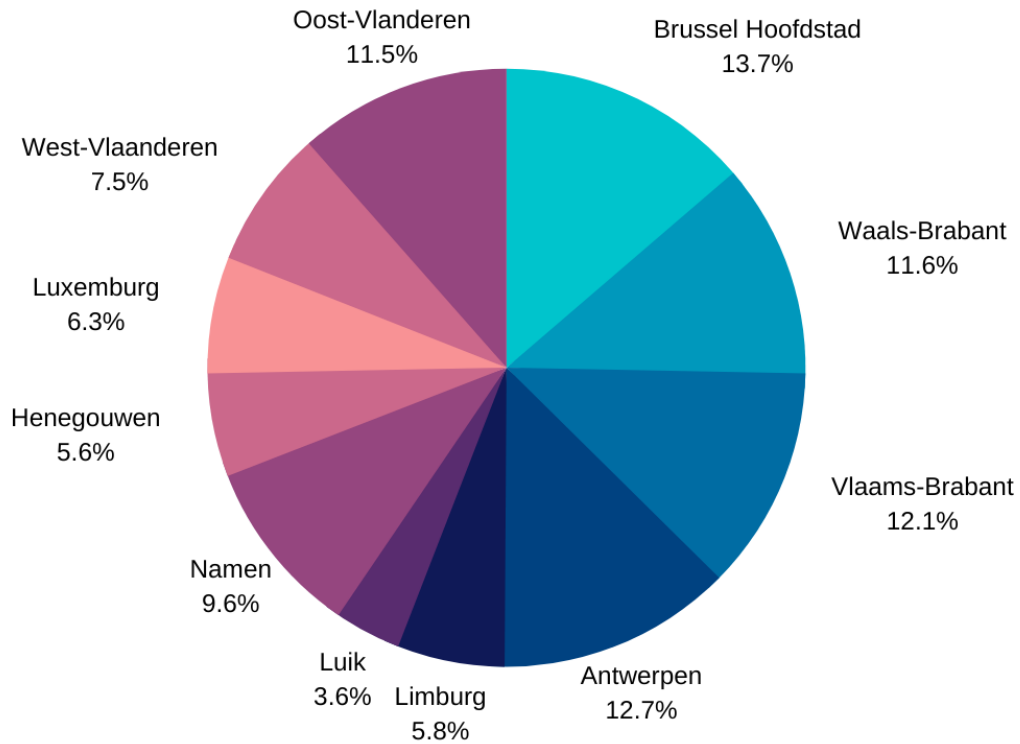
Taal, regio, provincie

Van de 1.000 respondenten, hebben 517 mensen de vragenlijst in het Frans ingevuld en 483 in het Nederlands. Zoals blijkt uit figuur 16, woont 49,6% in Vlaanderen, 36,7% in Wallonië en 13,7% in Brussel. Deze cijfers liggen dicht bij de verdeling van de algemene bevolking, want volgens Statbel (2020) woont 57,7% van de 11,4 miljoen Belgische inwoners in het Vlaams Gewest, 31,7% in het Waals Gewest en 10,6% in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.



Figuur 16. Verdeling van de steekproef volgens regio

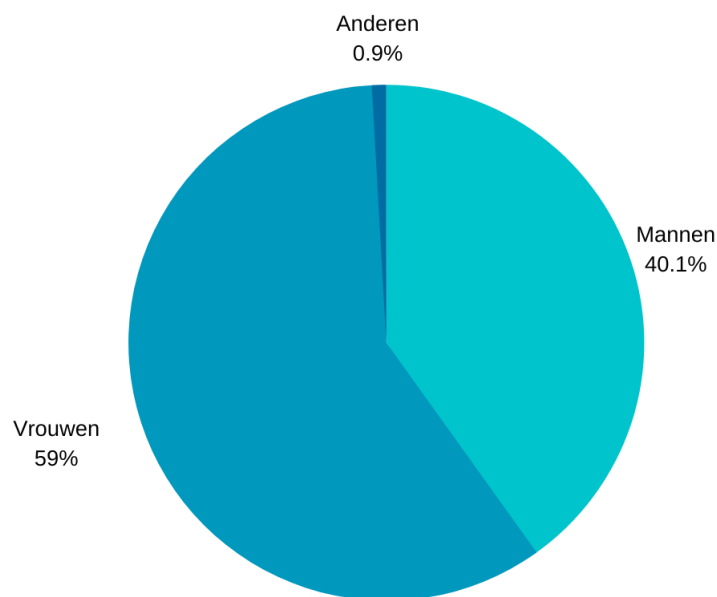
Uit figuur 17, die betrekking heeft op de Belgische provincies, blijkt ook dat de meeste respondenten afkomstig zijn uit **Brussel (13,7%), Antwerpen (12,7%), Vlaams-Brabant (12,1%) en Waals-Brabant (11,6%)**. Daarentegen wonen weinig respondenten in de provincies Luik (3,6%), Henegouwen (5,6%) of Limburg (5,8%). Niettemin hebben we vertegenwoordigers uit alle Belgische provincies.



Figuur 17. Verdeling van de steekproef volgens provincie

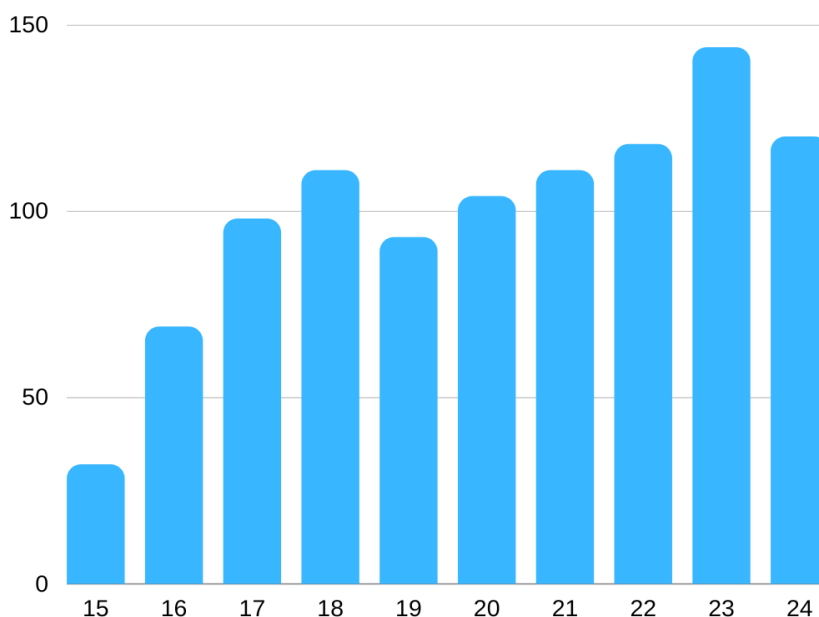
Geslacht en leeftijd

Vrouwen zijn oververtegenwoordigd in onze deelnemerspopulatie, met bijna **60% vrouwen tegenover 40% mannen** (figuur 18). Een dergelijk verschil treedt in mindere mate ook op bij de Belgische bevolking, die 50,7% vrouwen en 49,3% mannen telt (Statbel, 2022). Niettemin is dit grotere verschil typisch voor enquêtes en wordt het verklaard door het feit dat vrouwen meer antwoorden dan mannen (Fidelman, 2007; Avery *et al.*, 2003).



Figuur 18. Verdeling van de steekproef volgens geslacht

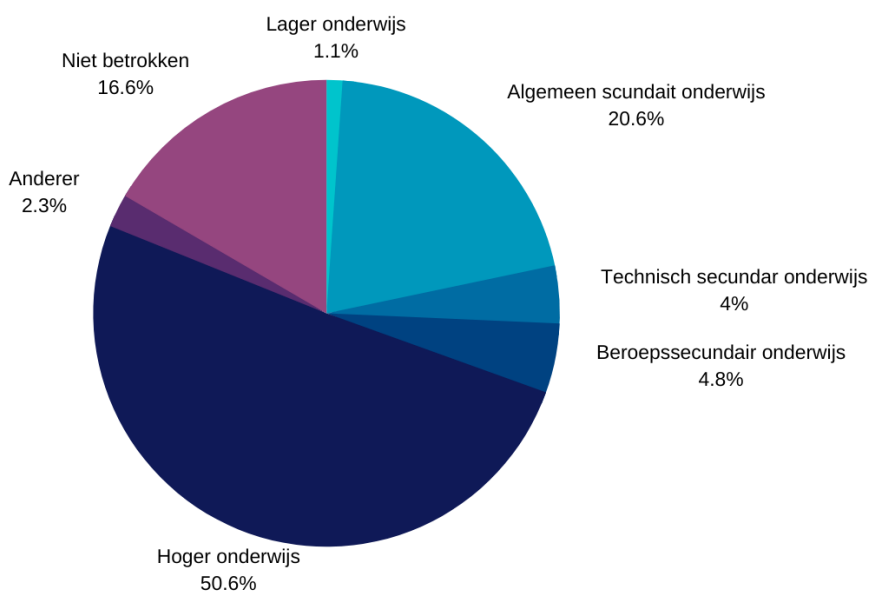
De gemiddelde leeftijd van de steekproef is **20,2 jaar**. Binnen de leeftijdsgroep van 15 tot 24 jaar zijn de oudsten oververtegenwoordigd (figuur 19). Jongeren tussen 15 en 18 jaar vertegenwoordigen 31% van onze respondenten. De leeftijdsgroep van 19 tot 24 jaar vertegenwoordigt 69%.



Figuur 19. Verdeling van de steekproef volgens leeftijd

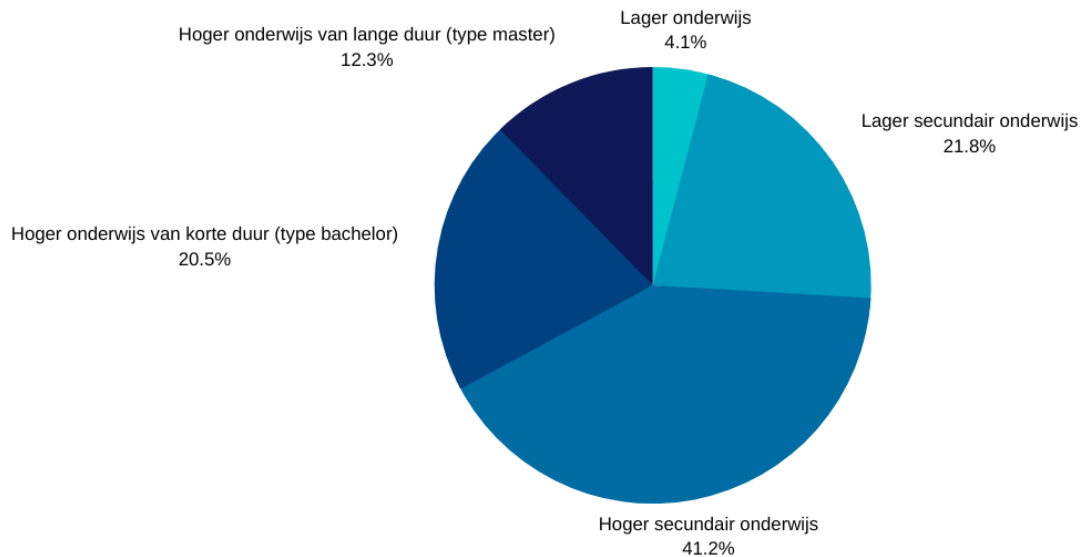
Werk, school, opleiding

De meeste respondenten zijn leerlingen, studenten of stagiairs (83,4%). Veel van hen zijn studenten in het hoger onderwijs (50,6%) en studenten in het algemeen secundair onderwijs (20,6%). Tegelijkertijd verklaart **25,3% te werken of stage te lopen** (figuur 20).



Figuur 20. Verdeling van de steekproef volgens professionele activiteit

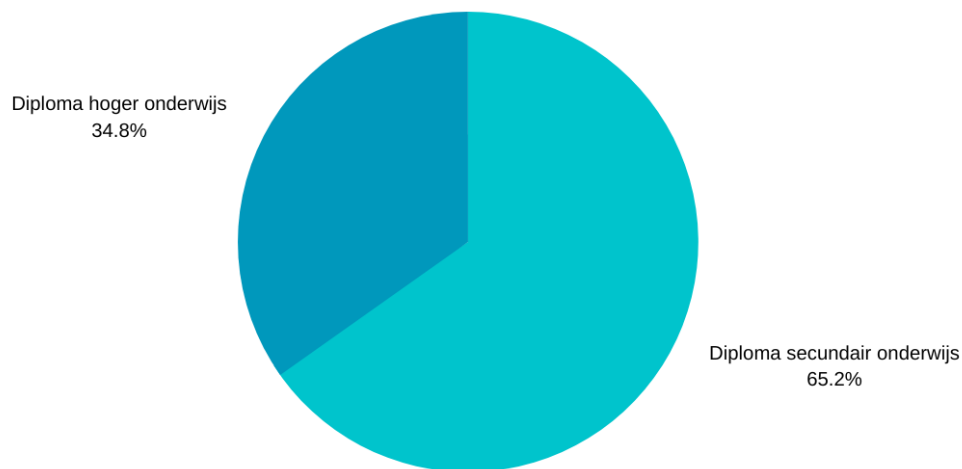
Uit figuur 21 blijkt dat **het hoogst behaalde diploma** voor de hele steekproef **meestal een diploma hoger secundair onderwijs** is (40,4%), gevolgd door een diploma lager secundair onderwijs (21,5%). Enkelen hadden een master (12,1%) en slechts weinigen hadden enkel een diploma lager onderwijs (4%).



Figuur 21. Verdeling van de steekproef volgens het hoogst behaalde diploma

Sociale klassen en verdeling

De sociaal-economische categorie van de respondenten wordt geschat aan de hand van een vraag over het diploma van de moeder (Place en Vincent, 2009) en een vraag over het economisch gevoel van het gezin. Jongeren van wie de moeder een diploma hoger onderwijs heeft, worden geacht te behoren tot bevoorrechte sociaal-economische categorieën, terwijl jongeren van wie de moeder een diploma secundair onderwijs heeft, als minder bevoorrecht worden beschouwd. In de steekproef laat figuur 22 zien dat **33,8% van de jongeren een moeder heeft met een diploma secundair onderwijs (minder bevoorrecht) en 66,2% een moeder met een diploma hoger onderwijs (meer bevoorrecht).**



Figuur 22. Verdeling van de steekproef volgens het diploma van de moeder

De relevantie van deze sociaal-economische indelingsvariabele wordt versterkt door een tweede variabele: de perceptie van het gezinsinkomen. 40% van de jongeren van wie de moeder een diploma hoger onderwijs heeft (bevoorrecht) is het "helemaal eens" met het idee dat zij met hun gezinsinkomen goed kunnen leven. Daarentegen is slechts 17% van de jongeren wiens moeder een middelbare opleiding heeft afgerond (minder bevoorrecht) het met deze stelling helemaal eens.

Om de samenstelling van onze steekproef te begrijpen, is het ten slotte nodig om deze sociaal-economische indelingsvariabele te vergelijken met de andere profileringsvariabelen.

We zien dat de Franstalige respondenten uit meer bevoorrechte sociale klassen komen **dan de Nederlandstalige**: 74,8% van de Franstalige respondenten heeft een moeder met een diploma hoger onderwijs, terwijl dit voor de Nederlandstalige respondenten slechts 56,6% het geval is. Dit verschil wordt ook geconstateerd tussen het Vlaamse en het Waalse Gewest. Dit is voornamelijk te verklaren door de verschillende methoden van gegevensverzameling (pers, cadeaubonnen, sociale netwerken, onderaannemers, ...), die ons weliswaar in staat stellen de sociale representativiteit van de enquête te vergroten, maar **die de mogelijkheden voor vergelijkingen tussen talen en regio's binnen de analyses beperken**.

Dataverwerking

De gegevens van onze vragenlijst moesten volgens verschillende criteria worden opgeschoond, alvorens te worden benut.

Allereerst werden de gegevens geschrapt van respondenten die de deelnemingsvoorwaarden van de vragenlijst niet accepteerden (GDPR, zie bijlage 3), alsook van respondenten die niet binnen het betrokken leeftijdsbereik vielen (15-24 jaar). Tevens moet worden opgemerkt dat alleen volledige antwoorden in aanmerking zijn genomen, alle incomplete vragenlijsten werden buiten beschouwing gelaten.

Ten tweede sloten de geografische criteria sommige respondenten uit op basis van hun postcode. Deze waren soms niet consistent of kwamen overeen met Franse steden.

Ten slotte werd een limiet vastgesteld voor een minimale respons op de vragenlijst. Wij hebben besloten de respondenten die minder dan twee minuten (120 seconden) besteedden aan het invullen van de vragenlijst ("speeders") uit te sluiten, omdat wij dit niveau beschouwen als het niveau waaronder de vragen niet zorgvuldig genoeg zijn onderzocht. De verschillende prikkels (cadeaubonnen, onkostenvergoedingen, ...) kunnen de respondenten ertoe hebben aangezet de vragenlijst zo snel mogelijk in te vullen. Voor de coherentie van de analyses zijn deze antwoorden, die als onsamenvattend of ondoordacht worden beschouwd, dus uitgesloten.

Analysemethode

De statistische gegevens, verkregen aan de hand van de vragenlijst, zijn hoofdzakelijk het onderwerp van beschrijvende analyses en van een kruistabel van 2 variabelen. Zij worden verwerkt met behulp van de kwantitatieve analysesoftware SPSS. De gebruikte proeven zijn hoofdzakelijk de volgende: de chi-kwadraattoets, de T-toets voor onafhankelijke steekproef en de one-way Anova-toets.

Voor alle analyses in dit werk werd een significantieniveau (α) van 5% aangehouden. Dit betekent een foutenrisico van 5% bij de conclusie dat er een verschil bestaat tussen de onderzoeksresultaten en de nulhypothese (terwijl het in feite aan toeval te wijten is). Dit is een algemeen aangenomen en acceptabele drempel bij dit soort onderzoek.

De gegevens van deze kwantitatieve analyses werden gebruikt voor de inhoud van de focusgroepen, en de kwalitatieve resultaten hielpen op hun beurt om de statistische resultaten te verfijnen en te kwalificeren.

Methodologische beperkingen en vertekeningen

De beperkingen van onze vragenlijst zijn van verschillende aard. Eerst bespreken we die welke verband houden met de deelnemerspopulatie, en vervolgens die welke inherent zijn aan de vragenlijst zelf.

In de eerste plaats moeten wij vaststellen dat onze vragenlijst, ondanks de inspanningen die zijn geleverd om jongeren met verschillende achtergronden aan te trekken, niet ontsnapt aan de problemen van dit soort methodologische instrumenten. Het lijkt inderdaad moeilijk om de meest precare jongeren aan te trekken en te laten deelnemen aan dit soort onderzoek. De redenen hiervoor kunnen divers zijn (gevoelens van uitsluiting, gebrek aan belangstelling voor politiek of klimaat, tijdgebrek, ...). Verder is het zo dat sociaal-economisch kwetsbare jongeren uit de arbeidersklasse in het bijzonder zeer weinig deelnemen aan enquêtes.

Het is ook belangrijk rekening te houden met verschillende elementen betreffende de antwoorden op onze vragenlijst. Ten eerste vinden wij regelmatig respondenten die op zoek zijn naar het 'juiste antwoord'. Agrikoliansky (2020) legt met betrekking tot zijn enquête over betogers uit:

"Door de vragenlijst te beantwoorden, presenteren de respondenten zich als 'goede activisten' en geven ze een beeld dat verenigbaar is met wat zij denken dat het juiste beeld van de beweging is - het beeld dat door hun organisatie(s) wordt gepromoot. In die zin is misschien wel de meest waardevolle informatie die een vragenlijst vastlegt, informatie over de perceptie van actoren van hun eigen identiteit en de situatie waarin zij zich bevinden, een perspectief dat vooroordelen zinvol maakt en zo de valkuil van het objectivisme vermijdt" (Agrikoliansky, 2020: 236).

Klimaatverandering is een zeer normatieve kwestie. Het kan bijvoorbeeld 'onfatsoenlijk' zijn om je afval niet te sorteren, de oorzaken van de klimaatverandering niet te kennen, ... Het is dus mogelijk dat respondenten proberen te antwoorden wat zij denken dat het juiste antwoord is, in plaats van wat zij werkelijk denken. Men mag niet vergeten dat de interpretatie van de resultaten dus moet gebeuren door het prisma van deze subjectiviteit, zonder deze gelijk te stellen met feitelijk gedrag of gevoelens.

Andere beperkingen en vertekeningen kunnen worden vermeld, met name het feit dat een communicatiestrategie werd gelanceerd tijdens de zomer of het feit dat bepaalde vragen ondoorgrondelijk bleven voor de doelgroep. Een andere beperking betreft de variabelen die niet zijn getest. Het zou bijvoorbeeld interessant zijn geweest om het vertrouwen in de autoriteiten en hun vermogen om het probleem van de klimaatverandering aan te pakken, te testen.

Gedurende de gehele enquête hebben wij getracht deze vertekeningen te voorkomen, met name door het "best effort"-principe te volgen. Sommige beperkingen waren inherent aan de planning en het budget van het project, die buiten onze besluitvorming of bevoegdheid vielen.

2.2 Focusgroepen

Dankzij focusgroepen konden aanvullende kwalitatieve gegevens worden verzameld. Deze techniek van groepsinterviews wordt sinds de naoorlogse periode veelvuldig gebruikt in diverse sociale wetenschappen, met name in de sociale psychologie en de sociologie. Het wordt beschouwd als een belangrijke aanvulling op gegevens die zijn verzameld door middel van vragenlijsten, individuele interviews of observaties (Kalampalakis *et al.*, 2004). In de praktijk gaat het om het organiseren van discussie- en debatgroepen met 4 tot 10 deelnemers, die tussen 30 minuten en 1 uur duren. Een of meer begeleiders zorgen ervoor dat de discussies vlot verlopen, maar het zijn in de eerste plaats de deelnemers die worden uitgenodigd om onderling te discussiëren. De moderatoren moeten niettemin de regelmaat tussen de verschillende focusgroepen handhaven, onder meer met behulp van een vooraf opgesteld interviewschema met vervolgvragen, maar vooral met thema's die met de respondenten moeten worden besproken.

Focusgroepen zijn bijzonder geschikt om de representatie van mensen te onderzoeken, aangezien zij gebaseerd zijn op communicatie. Moscovici (1984) beweert dat we denken met onze mond, wat betekent dat "de vorming van ideeën, overtuigingen en meningen is ingebed in en door dit proces van communicatie" (Kitzinger *et al.*, 2004: 3), een proces dat tijdens focusgroepen aan het licht kan komen. Focusgroepen bieden toegang tot de taal, de percepties en de zorgen van de deelnemers over een bepaald onderwerp, terwijl het mogelijk is de manier te observeren waarop de deelnemers met elkaar debatteren en argumenteren (Wilkinson, 1998). Focusgroepen kunnen worden beschouwd als een "denkmaatschappij in het klein" (Kitzinger *et al.*, 2004: 4).

In tegenstelling tot de vragenlijst maken focusgroepen het niet mogelijk om individuele biografieën te verkrijgen en vergelijkingen te maken tussen verschillende categorieën van vooraf geïdentificeerde populaties. Niettemin, aangezien "deze techniek gebaseerd is op het idee dat menselijke wezens, hun ideeën, voorkeuren, waarden en belangen voortvloeien uit hun interactie met hun omgeving en dat hun beeldvorming van de wereld deels beïnvloed wordt door hun relaties met andere individuen" (Brunet en Delvenne, 2010: 3), kunnen focusgroepen helpen om te begrijpen hoe ideeën zich ontwikkelen en gearticuleerd worden binnen een bepaalde culturele context (Grandjean, 2014). We zullen hier voortgaan op de theoretische opzet van onze focusgroepen (1) alvorens de praktische uitvoering ervan te bespreken (2).

2.2.1 Theoretische opbouw

Om de focusgroepen uit te voeren, werd vooraf een interviewschema opgesteld (bijlage 4). Hoewel de analytische behoeften ertoe leiden dat we ons materiaal proberen te standaardiseren, vereist de constructie van een interviewschema voor een focusgroep met jongeren niet zozeer een nauwkeurige vraagstelling, maar veeleer een opsomming van mogelijke thematische verbanden. Deze veldmethode moet immers vooral ruimte laten voor discussie tussen de deelnemers. Te precieze vragen kunnen deze dynamiek echter doorbreken. Daarom is het interviewschema zodanig opgezet dat het evolueert naargelang van de richting die de gesprekken uitgaan. Vooral omdat het voor de ontwikkeling van dit theoretische concept essentieel was rekening te houden met de

bijzonderheden en verwachtingen van het doelpubliek. Jongeren tussen 15 en 24 jaar zijn inderdaad een moeilijk aan te trekken publiek. Hun aanwezigheid in dergelijke focusgroepen kan beperkt zijn, wat geen garantie is voor een enthousiaste en proactieve deelname. Daarom moesten de debatten flexibel zijn, om hen zich vrij te laten uiten en het zo aantrekkelijk en spontaan mogelijk te maken. Zo kunnen bepaalde thema's en vervolgvragen soms door de gespreksleider worden genegeerd als de deelnemers ze zelf ter sprake brengen. Het interviewschema moet niet worden gezien als een reeks te stellen vragen, maar veeleer als een lijst van thema's die (indien mogelijk) aan bod kunnen komen.

Ook de plaats van de begeleider en de mate van formaliteit van het evenement moesten vooraf worden uitgedacht om de actieve deelname van de jongeren te garanderen. Om een veilige omgeving te bieden waarin jongeren zich kunnen uiten, werd er gezocht naar een informele discussievorm. Dit formaat draagt ook bij tot onze methodologische doelstellingen. Hoewel focusgroepen niet kunnen worden beschouwd als een natuurlijke uitwisseling (omdat ze worden georganiseerd door een externe actor), lijkt het belangrijk om ze op deze manier (informeel en flexibel) te organiseren, om de spontaniteit van het dagelijkse discours aan te moedigen (Kalampalikis *et al.*, 2004).

Voor onze studie moesten de focusgroepen niettemin bepaalde theoretische elementen bevatten en ons in staat stellen bepaalde ideeën en aanbevelingen uit de vragenlijst concreet te testen. Deze twee elementen vormden de leidraad voor ons interview. De aanvulling op onze vragenlijst is in die zin uitgedacht dat de focusgroepen ons in staat stellen de resultaten van deze laatste rechtstreeks bij jongeren te toetsen (1). Zij stellen ons ook in staat deze horizon te verbreden door bepaalde voorstellen van het expertencomité te testen (2).

Focusgroep en vragenlijst

De focusgroepen maakten het mogelijk terug te komen op de belangrijkste onderwerpen van onze vragenlijst. Om de thema's niet uit het oog te verliezen, hebben wij ervoor gekozen ons interviewschema op te stellen volgens een logica die vergelijkbaar is met die van de vragenlijst. Zo kwamen tijdens de gesprekken vier grote thema's aan bod:

1. Perceptie van klimaatverandering
2. De plaats in de transitie
3. School en werk
4. Informatie

Bovendien werden enkele tussentijdse descriptieve gegevens uit de eerste analyses van de vragenlijst af en toe aan de jongeren voorgelegd om te worden getest.

Voorstellen van het expertencomité

De voorstellen van het comité zijn gebaseerd op lopende of reeds gepubliceerde onderzoeken.

Het gaat om de volgende voorstellen:

- **Voorstel 1:** Als jonge volwassenen (18-25 jaar) een universeel minimuminkomen zouden genieten, zoals Prof. De Schutter (2021) voorstelt, zou dit misschien kunnen vermijden dat zij hun keuze baseren in de hoop om er financieel voordeel uit te halen. Indien, los van de beroepsuitoefening, maandelijks een bedrag zou worden verstrekt om jongeren aan te moedigen milieuvriendelijk gedrag te ontwikkelen, zouden zij dit dan een goede oplossing vinden? Zo ja, wat zou volgens hen het bedrag moeten zijn?
- **Voorstel 2:** De rol van 'bewustmakers'. De meest opgeleide jonge stadsbewoners hebben de ambitie om bewustmaker te worden en houden met deze doelstelling rekening bij hun onderwijsoriëntatie en hun beroepskeuze. Zij willen ook hun entourage bewust maken, in een geest van politiek engagement. Wat zijn de meningen van plattelandsjongeren en jongeren die een beroepsopleiding volgen?

- **Voorstel 3:** Studenten en jongeren opleiden op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzame ontwikkeling in alle sectoren, met bijzondere aandacht voor de groene vaardigheden, die in elke sector vereist zijn, en voor transversale vaardigheden. Welke functie zouden jongeren aan dit soort opleidingen willen toekennen? Zijn er andere vaardigheden die zij als cruciaal beschouwen om hen te trainen voor de transitie?
- **Voorstel 4:** Jongeren aanmoedigen om voor een groene job of transitiebaan te kiezen. Wat is de aantrekkingskracht van jongeren voor beroepen in de circulaire economie (Sadzot, 2021), tuinbouw (Sadzot, 2021) en stadslandbouw (Dumat, Xiong & Shahid, 2016)? Wat zijn de obstakels die zij tegenkomen en de mogelijkheden die hen motiveren om deze weg in te slaan? Welke beeldvorming hebben zij van deze beroepen?

Deze voorstellen werden aan de deelnemers voorgelegd in de vorm van 'sterke ideeën'. Met andere woorden, om de debatten op gang te brengen of opnieuw te lanceren, noemde de gespreksleider deze ideeën met de formulering: "Sommige mensen denken dat..., wat denken jullie?" Het verdelende karakter van bepaalde ideeën, zoals het universele minimuminkomen, gaf jongeren de kans om een standpunt in te nemen en hun argumenten naar voren te brengen.

2.2.2 Het verloop

De focusgroepen werden tussen juli en september 2022 in België gehouden. Aan elke focusgroep namen 4 tot 10 jongeren tussen 15 en 24 jaar deel. De gesprekken werden digitaal opgenomen en vervolgens anoniem getranscribeerd.

Deze bijeenkomsten werden georganiseerd in samenwerking met de partners op het terrein, die in het vorige deel werden genoemd. Wij zijn naar hun lokalen gegaan om de discussie met de aanwezige jongeren op gang te brengen. De focusgroepen bestonden dus uit jongeren die elkaar al kenden. Sommige auteurs vermelden de verschillende voordelen van het houden van focusgroepen met deelnemers die elkaar niet kennen (Kalampalikis *et al.*, 2004). Toch maakten de bezoeken aan deze reeds bestaande groepen het voor ons mogelijk om het perspectief van Grandjean (2014: 2) te volgen, die via focusgroepen een "gegeven culturele context" wil begrijpen. Het feit dat de jongeren elkaar al kenden, maakte het voor hen gemakkelijker zich uit te spreken.

Opdat deze bijeenkomsten zouden kunnen werken, hebben wij ons geïntegreerd in de werkwijze van de partners. Zo werden de focusgroepen soms aan de jongeren voorgesteld als een losse activiteit van de gastorganisatie. Bij andere gelegenheden vonden de besprekingen plaats tijdens meer informele momenten. Zo werd de focusgroep op 6 juli in het jeugdcentrum van Waterloo gehouden tijdens hun lunchpauze. Tijdens deze informele tijd waren ze allemaal samen en hadden ze tijd om te discussiëren. Soms kunnen de focusgroepen ook worden ingebed in bestaande discussiemomenten. Zo vond de focusgroep van 13 juli in het AMO Mic Ado in Marche-en-Famenne plaats voorafgaand aan de tweewekelijkse bijeenkomst die de opvoeders organiseren met de door hen gevolgde jongeren.



Figuur 23. Discussie tijdens de focusgroep in het Jeugdhuis van Colfontaine (7340), op 21 september 2022, in samenwerking met AMO La Rencontre de Mons.

Deze verschillende manieren om ons te mengen in de werking van de partnergroepen hebben ons in staat gesteld de spontaniteit van het dagelijkse discours te bevorderen (Kalampalakis *et al.*, 2004), en tegelijkertijd de positie van de gespreksleider als 'kenner' te neutraliseren en ons aan te passen aan de specifieke kenmerken van deze momenten.

Ook de rol van de gespreksleider was essentieel voor een goed verloop van de focusgroepen. Allereerst omdat hij een jongerenpubliek moest aantrekken, dat veelal moeilijk te boeien is. Deze oefening moest aan elke situatie worden aangepast, naargelang de motivatie van de jongeren, met hoeveel zij waren, in welke ruimte zij zich bevonden, ... Tijdens de formele focusgroepen was het nodig een discussiemodel voor te stellen. Voor de focusgroep van 26 juli in Brussel met AMO Dynamo werd bijvoorbeeld de techniek van het "bewegend debat" gebruikt. Deze begeleidingstechniek bestaat erin sterke ideeën te formuleren en de deelnemers te vragen zich fysiek aan de ene of de andere kant van de zaal te plaatsen om aan te geven of ze het ermee eens of oneens zijn. Het zorgt voor een minder directe verzameling van kwalitatief materiaal, maar meer voor een 'sfeer' waarin de deelnemers zich meer uitgenodigd voelen om te debatteren en te participeren. In dit geval beantwoordde de uitvoering ook aan een behoefte aan animatie vanwege zowel de grootte van de beschikbare ruimte als de (zeer

jonge) leeftijdsgroep van een aantal deelnemers: bij de jongste deelnemers is het aanpassingsvermogen van de begeleider essentieel.

Voorts dragen ook de gebruikte toon en de wijze waarop de activiteit wordt gepresenteerd bij tot het scheppen van een gunstig gesprek- en discussieklimaat. Zo was het belangrijk dat de begeleider regelmatig verduidelijkte en benadrukte dat geen enkel idee nutteloos is, dat iedereen zich vrij mag uitdrukken en dat het doel van de oefening is dat de deelnemers hun gedachten en denkbeelden aan de begeleider zouden onthullen, en niet andersom. Zoals Kalampalakis *et al.* (2004) opmerken, kan ook het gebrek aan kennis van de begeleider over het gespreksonderwerp een probleem vormen. Soms moest de begeleider immers bepaalde begrippen in verband met klimaatverandering die de jongeren niet begrepen, uitleggen om het debat vooruit te helpen.

Tot slot dienen twee laatste punten betreffende de rol van de bemiddelaar te worden benadrukt. Ten eerste, zijn of haar vermogen om het debat te heroriënteren of te decentraliseren. Het lijkt inderdaad belangrijk om de deelnemers hun ideeën naar voren te laten brengen en onderling te laten discussiëren, maar het gebeurt regelmatig dat de deelnemers zich verwijderen van het oorspronkelijke onderwerp van de discussie. Deze afdwalingen zijn in zeker mate belangrijk voor het goede verloop van het debat en kunnen ook uit analytisch oogpunt interessant zijn. Tijdens de focusgroepen kwam bijvoorbeeld regelmatig de kwestie van de Covid-19-crisis ter sprake, die weliswaar op het eerste gezicht irrelevant lijkt, maar niet zonder belang is. De begeleider moet echter ook in staat zijn de discussie te heroriënteren door middel van vervolgvragen als de discussie te ver van het onderwerp afdwaalt. Ten tweede moet de moderator in staat zijn iedereen aan het woord te laten, wat geen gemakkelijke taak is. Het gebeurt inderdaad regelmatig, vooral in jeugdgroepen, dat een beperkt aantal mensen zich meer op hun gemak voelt en vaker het woord neemt. Vervolgens moet de gespreksleider de andere deelnemers weer aan het woord laten, bv. door hen rechtstreeks te vragen "en jij, wat denk jij hiervan?".

2.2.3 Resultaten en beperkingen

Populatie

Tijdens de focusgroepen werden de jongeren bevraagd die met onze partners op het terrein werken (jongeren die naar de jeugdcentra gaan, jongeren die door de AMO's worden opgevangen, jongeren die opgevolgd worden door vzw's voor kinderopvang, ...). De deelname was anoniem en er werd alleen rekening gehouden met de leeftijd (jongeren werden geacht tussen 15 en 24 jaar oud te zijn). In tegenstelling tot de vragenlijst, werden tijdens deze bijeenkomsten geen profileringsgegevens verzameld. Niettemin is het belangrijk bepaalde observatiegegevens in aanmerking te nemen alvorens de inhoud van deze focusgroepen te analyseren.

Ten eerste moet worden opgemerkt dat de focusgroepen voornamelijk werden bijgewoond door een jonge populatie (jonger dan 21 jaar). De jongsten lijken inderdaad meer bereid en in staat te zijn deel te nemen aan de voorgestelde niet-bindende activiteiten, terwijl de ouderen over het algemeen activiteiten vermijden die zij als 'te serieus' en dus mogelijk saai beschouwen. Gesprekken met de verschillende beheerders van de structuren bevestigden deze bevinding. Hoewel onze referentieleeftijd tussen 15 en 24 jaar ligt, bestonden de groepen regelmatig uit jongere personen (vanaf 12 jaar). Bovendien wordt de begeleiding van jongeren in de meeste van deze voorzieningen stopgezet bij 22 jaar, waardoor de ouderen *de facto* worden uitgesloten. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers aan de focusgroepen is dus iets lager dan die van de deelnemers aan de vragenlijst.

Wij stelden ook vast dat de focusgroepen, in tegenstelling tot de vragenlijst, voornamelijk werden bijgewoond door sociaal-economisch kwetsbare jongeren. Ten eerste omdat deze vergaderingen voornamelijk in de zomerperiode werden gehouden. Er mag evenwel worden aangenomen dat Belgische jongeren die niet op vakantie gaan, vaker behoren tot de categorie van jongeren uit lagere sociale klassen. Ten tweede zijn de meeste projectpartners diensten van AMO's die tijdelijke huisvesting of begeleiding bieden aan jongeren in moeilijkheden en die dus NEET-jongeren en maatschappelijk kwetsbare jongeren opvangen.

Ten slotte hebben wij geen verschillen tussen mannen en vrouwen geconstateerd. De focusgroepen brachten zowel jonge vrouwen als mannen samen en het geslacht bleek geen bepalende factor te zijn voor de manier waarop mensen tijdens de focusgroepen spraken.

Analysemethode

Elke opgenomen focusgroep werd getranscribeerd en vervolgens verwerkt met het softwareprogramma voor kwalitatieve analyse NVivo. De codering werd uitgevoerd op basis van een thematische analyse en aan de hand van een codeboom weergegeven (Tong *et al.*, 2007).

Het doel van een thematische codeboomanalyse is een thematische structuur te construeren, bestaande uit thema's en subthema's, om vast te stellen hoe onderwerpen, concepten, ideeën, meningen of ervaringen onderling zijn geordend (Tong *et al.*, 2007). Het voordeel van een dergelijke techniek is dat ideeën die verschillende groepen jongeren gemeen hebben, naar voren kunnen worden gehaald. Het belicht ook de manier waarop jongeren hun ideeën met elkaar verwoorden.

Bij een eerste lectuur van de opnames werd een lijst van thema's opgesteld. Vervolgens werden subthema's, die overeenkomen met verwante of secundaire ideeën, geïntegreerd in de codeerboom. De analyses omvatten ook de opsomming van bijzondere situaties, soms niet-verbaal of moeilijk te transcriberen, die zich tijdens de gesprekken voordeden.

Ten slotte is het belangrijk op te merken dat de kwalitatieve analyses vaak worden uitgevoerd in relatie tot de kwantitatieve resultaten. De resultaten van de vragenlijst zijn soms toonaangevend voor de interpretatie en analyse van de kwalitatieve gegevens om minstens twee redenen. Ten eerste, om niet af te dwalen van onze onderzoeksvragen. Ten tweede moeten de kwantitatieve en kwalitatieve resultaten elkaar aanvullen in ons concept van gemengde methoden.

Methodologische beperkingen en vertekeningen

De beperkingen van focusgroepen zijn van verschillende aard. Baribeau en Germain (2010) beschrijven bepaalde vertekeningen die grotendeels op het terrein werden aangetroffen. Allereerst zullen diegene besproken worden die verband houden met de positie van de begeleider, gevolgd door die van de groep zelf en ten slotte die van de transcriptiemethode.

De positie van de gespreksleider in de groep vormt, zoals reeds vermeld, een centraal element in het goede verloop van de debatten. De moderator is soms niet in staat de debatten te kanaliseren, waardoor die kunnen afdwalen naar thema's die hij of zij op dat moment als off-topic beschouwt. Omgekeerd kan de moderator soms bepaalde gesprekken afbreken die interessant kunnen zijn. De uitdaging heeft te maken met tijd. Het kan zijn dat er te weinig tijd is om bepaalde onderwerpen uit te diepen, wat een heroriëntatie van de debatten rechtvaardigt. Angst voor stilte kan leiden tot een slechte follow-up door de gespreksleider. Ten slotte werden de gesprekken altijd bijgestaan door ten minste één andere volwassene (opvoeder, gespreksleider, ...) die regelmatig aan de gedachtewisselingen deelnam. Deze volwassenen spelen soms een belangrijke rol door discussies op gang te brengen of hun mening te geven over bepaalde ideeën, wat een zekere invloed kan hebben op het discours van de jongeren. Jongeren kunnen ook onder de indruk zijn en proberen het 'juiste antwoord' te geven in aanwezigheid van hun volwassen begeleider.

Andere vertekeningen hebben betrekking op het functioneren van een jeugdgroep zelf. In elke focusgroep viel op dat sommige jongeren het woord monopoliseerden, terwijl anderen zich terugtrokken in de discussie. Dit heeft een opmerkelijk gevolg. De inhoud zelf van de interventies wordt gewijzigd, aangezien de deelnemers elkaar beïnvloeden (Baribeau en Germain, 2010). De woorden van sommigen zullen meer effect hebben dan die van anderen. Het is ook opmerkelijk dat er regelmatig sprake is van ongeremde subjectiviteit bij één of enkele

jongeren. Deze laatsten zijn geneigd radicale en soms zelfs absurde standpunten in te nemen om te choqueren of om mensen aan het lachen te maken. Hoewel dit het debat soms dynamischer kan maken, kan het ook een negatieve invloed hebben op andere jongeren die zich minder zullen uitspreken. Er moet ook rekening worden gehouden met de verlegenheid van jongeren. We hebben geconstateerd dat in focusgroepen de debatten lang op zich laten wachten. De eerste minuten bestaan vaak uit korte antwoorden, voordat de jongeren zich comfortabel genoeg voelen om te spreken. Er is ook een tendens om te zoeken naar het 'juiste antwoord', net als bij de vragenlijst, wat jongeren er soms van weerhoudt hun standpunt daadwerkelijk te geven.

In dit voorbeeld formuleert een jongere een idee, maar wordt onderbroken en tegengesproken door een andere jongere waardoor die zijn idee niet lijkt te durven oppakken uit angst niet het 'juiste antwoord' te hebben gegeven:

Interviewer: Waarom de mensen?

Jongeren: We vervuilen te veel! Nou, "we"..., "eerder "ze"...

Interviewer: Wie is "ze"?

Jongeren: [een andere jongere richt zich tot haar] Alsof jij niet vervuilt, zeker! We vervuilen allemaal de planeet!

[De eerste jongere verandert van gedachte] Ja, we vervuilen allemaal.

Interviewer: Oké, maar wat bedoelde je met "ze"?

Jongeren: Nee, wij, gelijk de hele wereld..."

[Fragment uit de focusgroepen]

Als deze situaties zich voordeden, werden ze beperkt door de gespreksleider, die probeerde de discussie op gang te houden, de standpunten te verkennen en de meningen te bespreken.

Ten slotte moeten de focusgroepen getranscribeerd worden, om ze wetenschappelijk te kunnen gebruiken. Deze overgang van mondelinge naar schriftelijke vorm verloopt niet zonder problemen. Focusgroepen, vooral met jongeren die elkaar kennen, bestaan ook uit een aaneenschakeling van non-verbale uitwisselingen, bijzondere situaties, ... Daarom zijn ze moeilijk om te zetten in geschreven taal en kan de manier waarop ze worden getranscribeerd hun begrip achteraf beïnvloeden. Er is rekening gehouden met dit feit en er zijn enkele toelichtingen toegevoegd aan de transcripties.

Deel 3. Analyse van de resultaten

3.1 Analyse van de enquêtegegevens

Samenvatting van het hoofdstuk

De voorlopige analyse is gebaseerd op statistische bevindingen over de gehele steekproef, alsmede op de vergelijking van verschillende sociodemografische indicatoren (leeftijd, geslacht, sociaal-economische positie, ...) met de variabelen die uit de kwantitatieve gegevens van de vragenlijst naar voren komen. De kwalitatieve gegevens die tijdens de focusgroepen zijn verzameld, maken het mogelijk deze resultaten aan te vullen. Uit deze dubbele analyse komen verschillende ideeën naar voren.

Ten eerste bevestigen deze praktijkgegevens bepaalde elementen uit de literatuur. Jongeren zijn zich nu bewust van de gevolgen van de klimaatverandering en vinden dat zij een rol moeten spelen in de transitie. Klimaatverandering is voor een groot deel van hen een bron van stress en bezorgdheid. Het collectieve engagement blijft gering, terwijl de meesten zeggen individueel geëngageerd te zijn (vooral door dagelijkse acties). Er bestaat nog steeds enige verwarring omtrent hun begrip van de verschijnselen die verband houden met klimaatverandering, ook al zeggen zij over het algemeen dat zij voldoende geïnformeerd zijn over dit onderwerp. Om informatie te krijgen, geven jongeren de voorkeur aan beeldformaten (video's, foto's) en maken ze veel gebruik van sociale netwerken, maar ook van televisie. Er zijn aanzienlijke verschillen tussen jongeren en deze algemene beschouwingen worden gecontrasteerd door de kruising van sociodemografische indicatoren.

Sociale klassen hebben een bepalende invloed op de relatie tussen jongeren en klimaatverandering. De jongeren die sociaal-economisch het meest bevoorrecht zijn, zijn het meest bewust, het meest bezorgd, het meest geëngageerd (collectief en individueel), degenen die zich het meest verantwoordelijk voelen voor de situatie, maar ook het meest optimistisch over de mogelijkheden om oplossingen te vinden. Over het algemeen zijn zij meer betrokken bij de klimaatverandering. Omgekeerd wordt bij de meeste jongeren uit minder bevoorrechte milieus een sterk gevoel van machteloosheid aangetroffen. Evenzo bestaat er een aanzienlijke kloof tussen jonge studenten uit het TSO of BSO en jonge studenten uit het ASO of het hoger onderwijs. De eersten zijn eveneens minder betrokken bij al deze kwesties.

Er zijn ook verschillen tussen jongeren die in het middelbaar en hoger onderwijs studeren, waarbij dit keer vooral de leeftijd een rol speelt. De oudere leerlingen zijn meer individueel geëngageerd en zijn beter in staat zich in de arbeidsmarkt te profileren. Hun manier om informatie te verkrijgen verschilt ook. Jongeren geven de voorkeur aan internet en televisie en worden meer beïnvloed door schokkende beelden, terwijl ouderen meer feitelijke inhoud consumeren via traditionele en online media.

Ten slotte beïnvloedt het gender de overwegingen van jongeren over klimaatverandering volgens de bestaande gendergebonden sociale stereotypen (vrouwen voelen zich verantwoordelijker en maken zich meer zorgen, mannen hebben meer vertrouwen in hun kennis over het onderwerp, ...).

Dit deel behandelt de analyses van de volledige vragenlijststeekproef en enkele variabelen die de antwoorden in deze steekproef beïnvloeden. De kwalitatieve gegevens van de focusgroepen dienen deze resultaten aan te vullen, te bevestigen of te ontkrachten. Ze worden uitgedrukt in de vorm van gebundelde observaties, citaten of toelichtingen van bijzondere situaties, die zich soms non-verbaal voordoen tijdens de gesprekken en moeilijk te

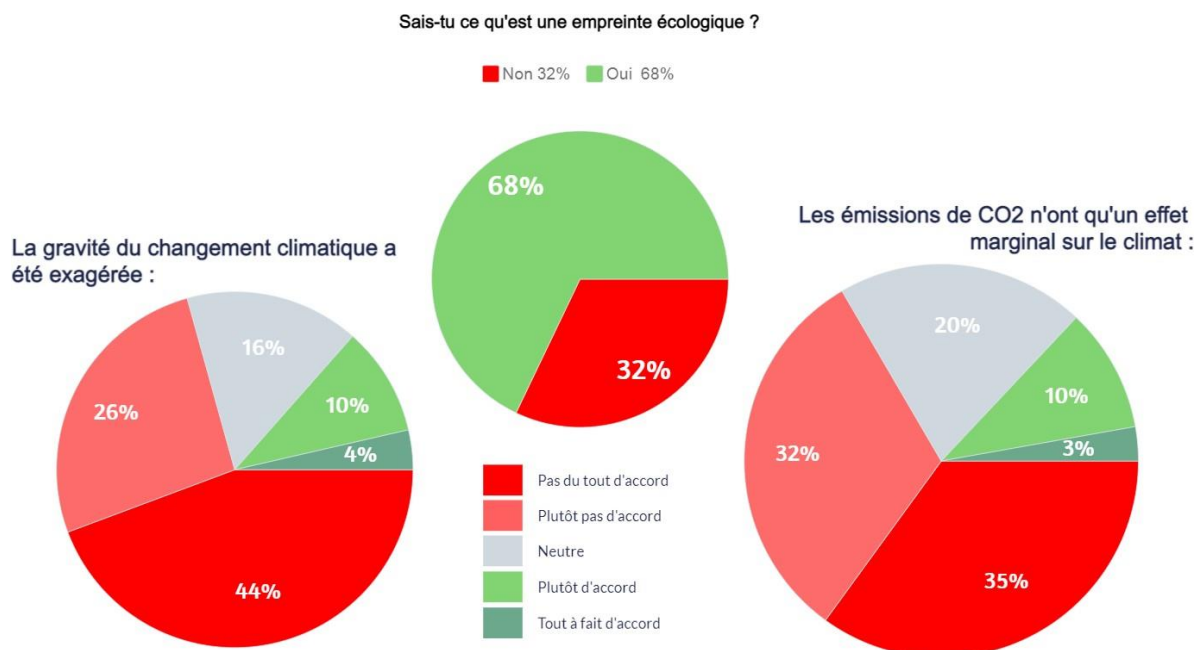
transcriberen zijn (1). In een tweede instantie worden *personae* opgesteld op basis van - en om verder te gaan dan - deze eerste analyses (2).

3.1.1 Jongeren en het klimaat

Er zijn meerdere onderzoeksthema's ontwikkeld. Ten eerste, het bewustzijn van de klimaatverandering (A), ten tweede, de toekomstvisies van de respondenten ten aanzien van de klimaatsituatie (B), ten derde, de verantwoordelijkheden ten aanzien van de klimaatverandering (C), en ten vierde, de betrokkenheid en de desinteresse van jongeren bij de bestrijding van de klimaatverandering (D).

Bewustzijn van de klimaatverandering

De resultaten ten aanzien van dit aspect komen overeen met de literatuur: **de ondervraagde jongeren zijn zich bewust van de problematiek en de realiteit rond klimaatverandering.** Zoals blijkt uit figuur 24, beweert een meerderheid van de respondenten te weten wat een ecologische voetafdruk is (68%), verwerpen ze de gedachte dat de ernst van de klimaatverandering wordt overdreven (71%) en betwisten ze de opvatting dat de CO₂-uitstoot slechts een gering effect heeft op het klimaat (67%). De focusgroepen bevestigen dit denkbeeld, maar laten ook duidelijker zien hoe groot de verwarring onder jongeren soms kan zijn.



Figuur 24. Positionering van jongeren op de vraag "Weet je wat een ecologische voetafdruk is?" (boven), en op de stellingen: "De ernst van de klimaatverandering is overdreven" (links) en "De CO₂-uitstoot heeft slechts een gering effect op het klimaat" (rechts). [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Allereerst merken wij een belangrijk aandachtspunt op: jongeren uit meer bevoorrechte sociaal-economische categorieën (beoordeeld naar het diploma van hun moeder: Place & Vincent, 2009) **verklaren dat zij bewuster zijn dan anderen.** Vergeleken met 61% van de minder bevoorrechte jongeren, weten ze beter hoe ze een ecologische voetafdruk moeten definiëren (74%). Bovendien is 53% van hen het "helemaal niet eens" met het idee dat "de ernst van de klimaatverandering is overdreven". Terwijl slechts 32% van de jongeren uit lagere sociaal-economische categorieën deze stelling afwijst. Een soortgelijke kloof wordt gevonden voor de stelling "de CO₂-uitstoot heeft slechts een gering effect op het klimaat" (43% "helemaal niet mee eens", tegenover slechts 23%).

Er kan worden vastgesteld dat de jongeren in de focusgroepen geen twijfels uiten over de grondslagen van de klimaatverandering of klimaatscepticisme en in staat lijken te zijn een aantal oorzaken en gevolgen van deze

verschijnselen op te noemen, meestal in verband met de temperatuur: "dooi van de permafrost"; "overstromingen"; "droogte"; "temperatuursverandering"; "Tsunami, overstromingen. Smeltende gletsjers. Droogte"; "in 2050 zal de gemiddelde temperatuur al met 3°C stijgen". De mate van verwarring is echter groter dan in de vragenlijst werd aangegeven. Het is niet ongewoon dat jongeren ideeën door elkaar halen of bepaalde concepten niet beheersen.



Een ander opmerkelijk resultaat is dat jongeren uit TSO en BSO het moeilijker vinden om een standpunt over deze kwesties in te nemen. Bijna 47% van hen weet niet wat een ecologische voetafdruk is, terwijl 34% van de studenten in het ASO en 27% van de studenten in het hoger onderwijs de term niet kent. Zij zijn het ook voor 25% eens met de stelling "de CO₂-uitstoot heeft slechts een gering effect op het klimaat" (een stelling die hun aanvaarding en kennis van de klimaatverandering test). Daarentegen zegt 43% "neutraal" te zijn, hetgeen wijst op een gebrek aan belangstelling of een slecht begrip van het onderwerp.

Ten slotte zijn **leeftijd, gender en geografische herkomst niet bepalend voor het klimaatveranderingsbewustzijn.** Jongeren van 15 tot 18 jaar zijn min of meer hetzelfde als die van 19 tot 24 jaar. Hetzelfde geldt voor mannen en vrouwen, en voor gebieden met een verschillende bevolkingsdichtheid.

Toekomstvisies

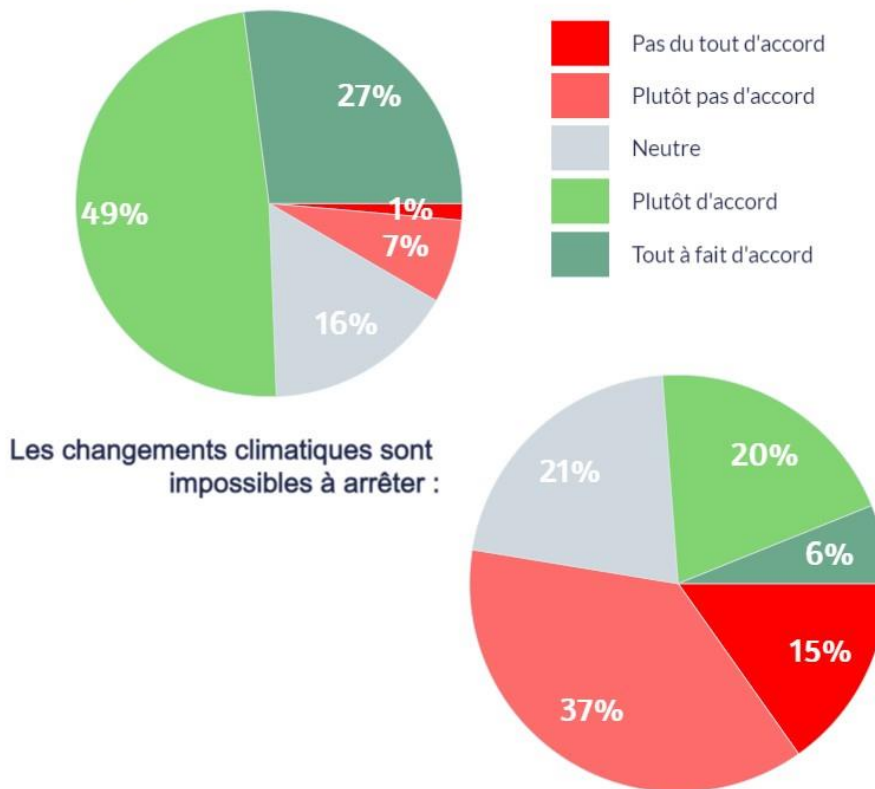
De meerderheid van de ondervraagde jonge Belgen is **bezorgd over de gevolgen van de klimaatverandering, maar dat belet hen niet een optimistische houding aan te nemen.** Zij zijn het namelijk grotendeels eens met de volgende stelling "de klimaatverandering maakt me bezorgd" (68%) en zij denken in overgrote meerderheid dat de klimaatverandering gevolgen zal hebben voor hun levenswijze (72%).

Tijdens de focusgroepen was het opvallend hoe dramatisch en catastrofaal vele antwoorden op de vragen over hun toekomstvisie waren:



Daarnaast blijkt uit figuur 25 dat hun optimisme tot uiting komt in het feit dat zij geloven dat er oplossingen kunnen gevonden worden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken (76%) en, omgekeerd, hoewel er meer verdeeldheid heerst, zijn zij geneigd de stelling te weerleggen dat de klimaatverandering "niet te stoppen" is (53%).

Des solutions peuvent être trouvées pour limiter les effets des changements climatiques :



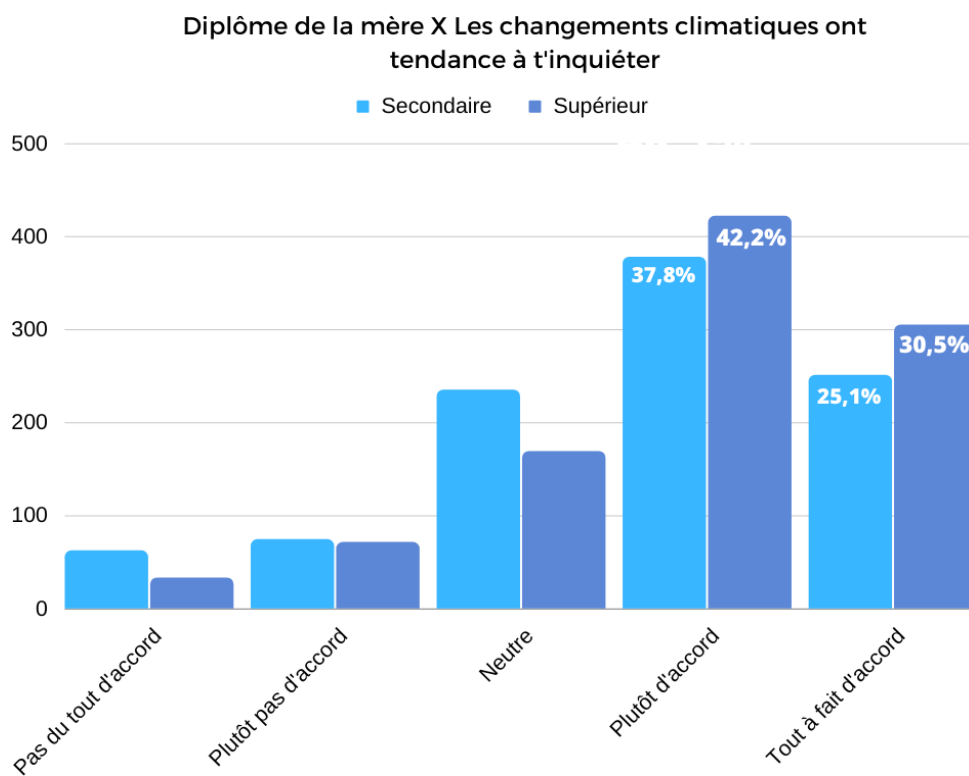
Figuur 25. Het standpunt van jongeren over de stellingen: "Er kunnen oplossingen gevonden worden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken"(boven) en "De klimaatverandering is niet te stoppen" (onder). [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Ook de gesprekken in de focusgroepen bevestigden deze ambivalentie:

Jongere: Ik denk dat hoe meer we groeien, hoe meer de planeet zal veranderen. Mensen zullen intelligenter worden dan ze nu zijn [...] Ze zullen waarschijnlijk iets anders uitvinden [...] Naarmate de jaren verstrijken, vinden ze altijd nieuwe dingen uit, dus het zal veranderen [...].

Vrouwen maken zich naar verhouding meer zorgen dan mannen. 74% van de vrouwen is bezorgd over de gevolgen van de klimaatverandering, tegenover 58% van de mannen. Ook denkt 74% van de vrouwen dat de klimaatverandering hun leven zal beïnvloeden, vergeleken met 68% van de mannen.

De maatschappelijke positie is ook van invloed op de mate van optimisme/pessimisme van jongeren over het vraagstuk van de klimaatverandering (figuur 26). Jongeren met een hogere sociaal-economische status maken zich vaker zorgen dan anderen (78% van hen zegt zich zorgen te maken, tegenover 63% van de jongeren met een lagere sociaal-economische status).

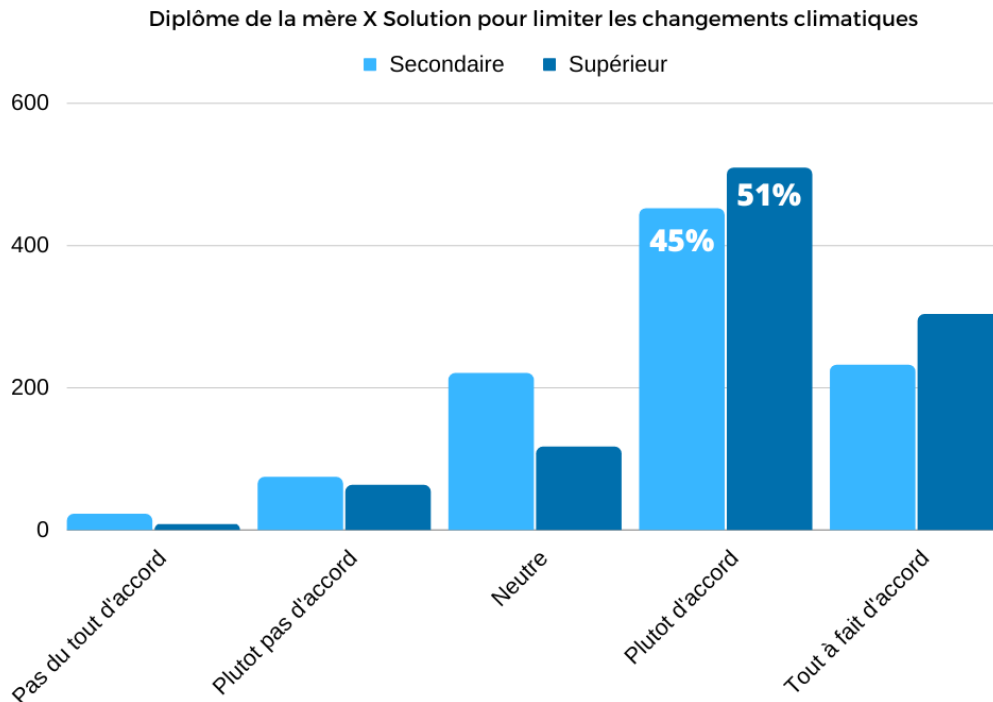


Figuur 26. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder : Middelbaar onderwijs-Hoger onderwijs) over de stelling: "Klimaatverandering baart mij zorgen". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Degenen die een diploma hoger onderwijs hebben, maken zich ook meer zorgen, hoewel leeftijd geen significante variabele is (oudere studenten maken zich niet meer zorgen dan jongere). Een soortgelijke situatie doet zich voor bij studenten in het ASO en het hoger onderwijs: respectievelijk 66% en 75% geeft aan zich zorgen te maken, terwijl slechts 38% van de studenten uit het TSO en BSO er zo over denkt. Het lijkt er dus op dat **hoe hoger opgeleid jongeren zijn, hoe meer zorgen ze zich maken**.

Ouderen geloven daarentegen eerder dan anderen dat de klimaatverandering hun levenswijze zal beïnvloeden. 34% van de 19-24-jarigen is het helemaal eens met deze stelling, tegenover 26% van de 15-18-jarigen.

Uit deze cijfers blijkt echter vooral de kleinere belangstelling voor klimaatkwesties bij de sociaal-economisch minder bevoorrechten, want hoewel zij zich minder zorgen maken, zijn zij niet optimistischer. Meer dan 80% van de sociaal-economisch bevoorrechte jongeren denkt dat er oplossingen kunnen worden gevonden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken. Het is opnieuw in deze categorie dat we de meest optimistische jongeren vinden, aangezien dit cijfer minder dan 70% bedraagt bij de jongeren van wie de moeder een diploma van het middelbaar onderwijs heeft (figuur 27). **Het engagement van jongeren bij klimaatvraagstukken verschilt dus per sociale klasse.**



Figuur 27. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder : Middelbaar onderwijs- Hoger onderwijs) over de stelling: "Er kunnen oplossingen worden gevonden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

De focusgroepen waarin jongeren uit minder bevoorrechte sociaal-economische milieus en uit lagere leeftijdsgroepen werden geïnterviewd, bevestigen dit idee. De ambivalentie van bezorgdheid/optimisme is aanwezig, maar er is ook een deel van de jongeren dat zegt dat de situatie hen niet raakt.



Verantwoordelijkheden en machteloosheid

De meerderheid van de jongeren vindt dat zij een rol moeten spelen in de ecologische transitie (69%). Tijdens de focusgroepen erkennen zij zonder meer dat zij tot de verantwoordelijken behoren.

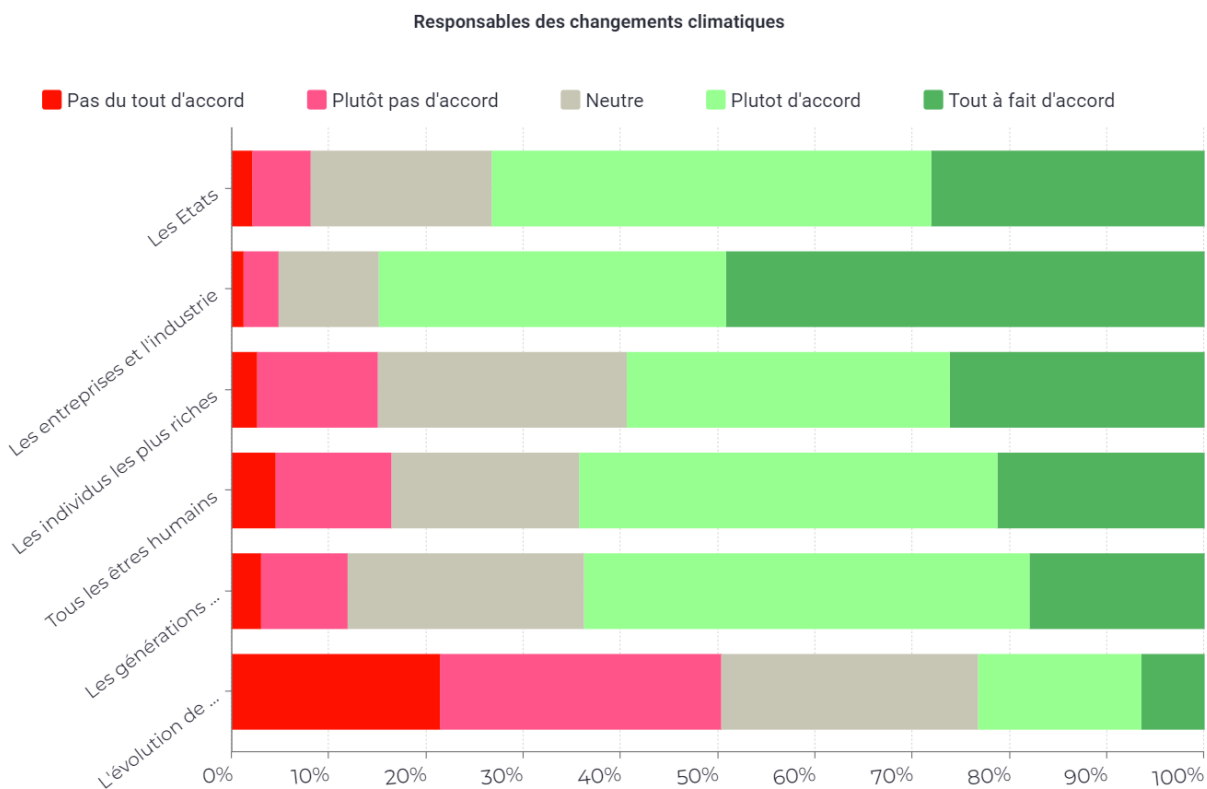
Interviewer: En wie denken jullie, in het algemeen, is het meest verantwoordelijk voor de situatie?

Jongere: Ik...mensen. Ja, iedereen.

Interviewer: En de anderen, wat vinden jullie van de verantwoordelijkheden?

Jongere: Dat zijn wij. De mens in ieder geval. Als wij onze manier van consumeren niet veranderen, zullen de bedrijven en alles... hun manier van doen ook niet veranderen.

Wat de algemene verantwoordelijkheden betreft (figuur 28), zijn jongeren van mening dat "bedrijven en de industrie" in de eerste plaats verantwoordelijk zijn voor de klimaatverandering (49% is het hier helemaal mee eens, 36% mee eens). Dit wordt gevolgd door "staten" (28% helemaal mee eens, 45% mee eens) en "alle individuen" (21% helemaal mee eens, 43% mee eens).



Figuur 28. De verantwoordelijkheidsverdeling van jongeren met betrekking tot de volgende actoren (in volgorde van weergave): "Staten"; "Bedrijven en de industrie"; "Rijkere individuen"; "Alle individuen"; "Voorgaande generaties"; "Evolutie van de natuur, de aarde, het klimaat". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

De sociale klasse beïnvloedt de perceptie van verantwoordelijkheid. 76% van de sociaal-economisch bevoorrechte jongeren vindt dat zij persoonlijk een rol kunnen spelen in de transitie, tegenover 60% van de minder bevoorrechte jongeren. Daarentegen is meer dan 60% van de jongeren in het TSO of BSO neutraal of niet akkoord met de stelling "ik heb persoonlijk een rol te spelen in de ecologische transitie".

Uit de focusgroepen blijkt hoe belangrijk het gevoel van machteloosheid is dat onder de minst bevoorrechte jongeren leeft. Zij hebben stelselmatig melding gemaakt van dit probleem, vaak gekoppeld aan de indruk van algemene passiviteit:

Interviewer: Denk je dat het niet kan veranderen?

Jongere: Ja, maar procentueel gezien... misschien doet de helft van de planeet het, maar niet iedereen. Er zullen altijd mensen zijn die niets doen...

Jongere: Ja, dat weet ik, maar ik denk, ik kan wel voorzichtig zijn en zo, maar achteraf, er zijn 7 miljard mensen op aarde, misschien dat er één miljard voorzichtig zal zijn. En de rest?

Opvoeder: Maar je kunt toch iets doen! Denk je dat je absoluut niets kunt doen?

Jongere: In de huidige situatie, nee!

Opvoeder: En denk je niet dat als iedereen zijn steentje bijdraagt, het kan helpen?

Jongere: Nee, er zijn altijd mensen die niets doen...

Hun gevoel van machteloosheid komt ook vaak voort uit hun indruk dat zij niet meetellen in de samenleving en dat er niet naar hen wordt geluisterd vanuit de politiek. Sommige gedachtewisselingen tijdens de focusgroepen zijn veelzeggend voor deze mening.

Jongere: Het probleem met ons is dat we kunnen proberen te spreken, de juiste argumenten te vinden, de juiste woorden. Je kunt de gedachten van sommige belangrijke mensen niet veranderen. Ze zullen op ons neerkijken, ze zullen zeggen: "Wel, en wat doe jij? Als je op school zit..."

Opvoeder: Misschien naar de politici gaan? Met hen praten?

Jongere: Wel nee, ze zullen niet naar ons luisteren, ze hebben andere dingen te doen!

Jongere: Nou, ik probeer wat dingen aan mijn kant te verbeteren, maar... op zich kun je niet veel doen, ik heb ook geen grote invloed. Ik ben toch geen president?

Bovendien oordelen de minder bevoorrechte jongeren minder hard over de verantwoordelijkheden van de verschillende actoren en zeggen zij veeleer "mee eens" of "neutraal" te zijn dan "helemaal mee eens". Zij zijn ook geneigd om "de evolutie van de natuur, de aarde, het klimaat" (beschouwd als een indicator van verwarring) meer verantwoordelijk te stellen voor de klimaatverandering dan anderen (29% van de jongeren van wie de moeder een diploma middelbaar onderwijs heeft, is het eens met deze stelling, tegenover 20% van de jongeren van wie de moeder een diploma hoger onderwijs heeft).

Voorstel van Olivier De Schutter: een universeel inkomen voor jongeren?

De focusgroepen waren een gelegenheid om verschillende voorstellen bij jongeren te testen. Zo heeft De Schutter (2021) voorgesteld om een universeel minimuminkomen uit te betalen tussen het einde van het middelbaar onderwijs en de leeftijd van 25 jaar.

Er werd steeds opgemerkt dat het voor jongeren moeilijk is om concrete verbanden te leggen tussen geld, ongelijkheid en klimaatverandering. Ten eerste omdat de jongeren in de focusgroepen andere materiële prioriteiten hebben vanwege hun leeftijd of sociale problemen:

*Jongeren: "Mijn geld zou ik hier niet in steken, het kan me niet schelen. Om te beginnen koop ik een huis want over drie maanden ben ik dakloos.
[fragment van de focusgroep].*

*"Jongeren: Wel, als we geld hebben, kopen we alleen maar eten. De "paki" die tegenover ons huis ligt, daar kopen we alleen eten, geen andere dingen.
[fragment van de focusgroep].*

Jongeren vinden het idee van een universeel inkomen verrassend. Niettemin denken zij dat dit geld hen zou kunnen helpen, maar zij lijken moeite te hebben om hun behoeften en de omvang ervan te beseffen. Bovendien zijn het regelmatig de begeleidende volwassenen die dit onderwerp ter hand nemen en de mening van de jongeren tijdens de discussies sturen. De jongeren stellen verschillende maandelijkse bedragen voor, variërend van € 10.000 tot € 50.

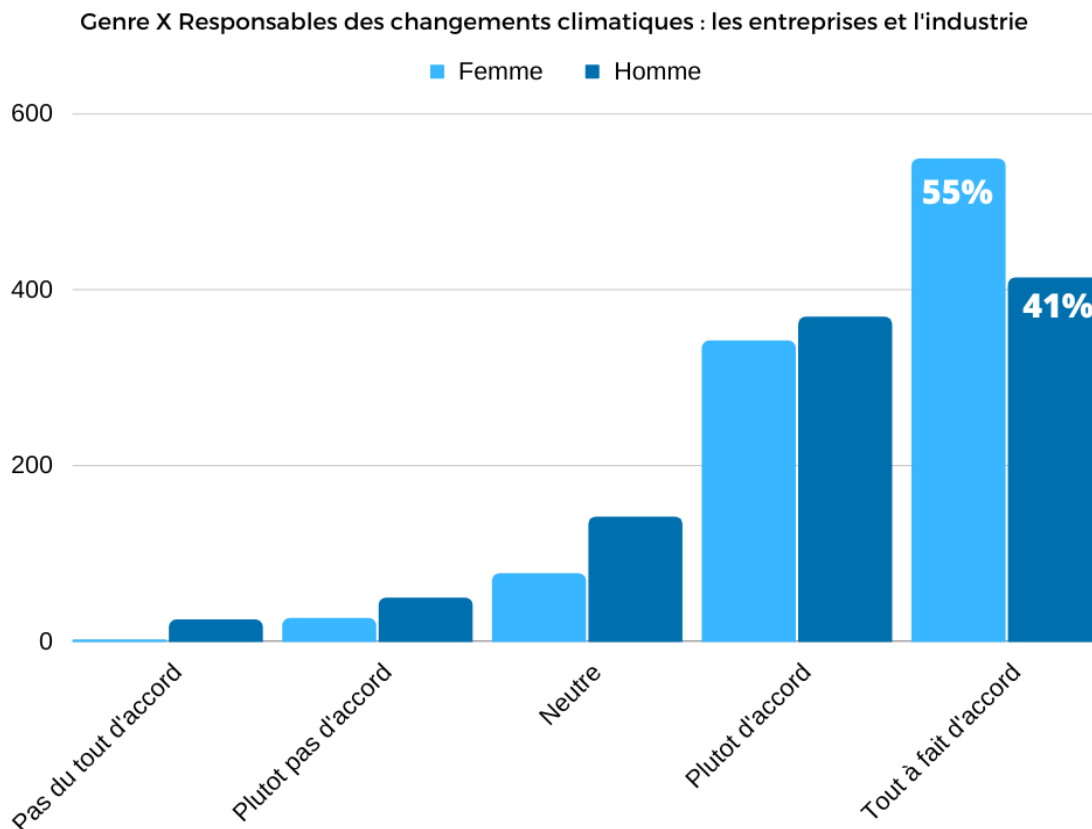
Hieruit blijkt ten eerste dat de meest kwetsbare jongeren weinig verband leggen tussen geld en klimaatverandering. Bovendien vinden zij het moeilijk om een standpunt in te nemen over de kwestie van de rol van ongelijkheid en de rol van de rijksten in de milieutransitie, hoewel geldkwesties voor hen centraal staan. Tijdens een van de focusgroepen deed zich een interessante situatie voor. Een opvoedster kwam tussenbeide om deze kwesties aan te kaarten:

*"Opvoedster: [.....] Natuurlijk is er sprake van geld, zeker op jullie leeftijd, ik zie dat je vaak tegen me zegt 'ik heb €1,50 om te eten, ik ga mijn hamburgers van de Delhaize eten voor €1,50' Het is toch waar dat er een geldkwestie is..."
[fragment van de focusgroep].*

Een jonge deelnemer was, op het moment van deze opmerking, deze goedkope hamburger aan het eten. De focusgroep werd gehouden tijdens de lunchpauze. De situatie maakte de jongeren aan het lachen, maar benadrukte tegelijkertijd hun gebrek aan mondigheid, hun gebrek aan middelen en hun afhankelijkheid van voedsel van lage kwaliteit.

De gendervariabele is ook significant in de perceptie van de eigen verantwoordelijkheden, aangezien meer vrouwen beweren een rol te spelen in de transitie (72%, tegenover 64% van de mannen). Het gender is ook van invloed op de mate van verantwoordelijkheid die jongeren aan de verschillende actoren toekennen. Mannen oordelen minder hard over de verantwoordelijken dan vrouwen. Voor elke categorie vinden minder mannen dan vrouwen dat ze het "helemaal mee eens" zijn, meer mannen dan vrouwen dat ze "neutraal" zijn, en soms meer

mannen dan vrouwen dat ze het oneens zijn. Wat de verantwoordelijkheid van de staat betreft, bv., vindt 13% van de mannen dat de staat niet verantwoordelijk is voor de klimaatverandering, terwijl slechts 5% van de vrouwen deze mening delen. Over de verantwoordelijkheid van bedrijven en de industrie zegt 8% van de mannen dat zij deze niet verantwoordelijk achten, tegenover 3% van de vrouwen. Terwijl 55% van de vrouwen het hier "helemaal mee eens" is, vergeleken met 41% van de mannen (figuur 29).



Figuur 29. Vergelijkende standpuntbepaling van jonge vrouwen en mannen op de vraag: "Wie is volgens jou het meest verantwoordelijk voor de klimaatverandering": "Bedrijfsleven en industrie". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

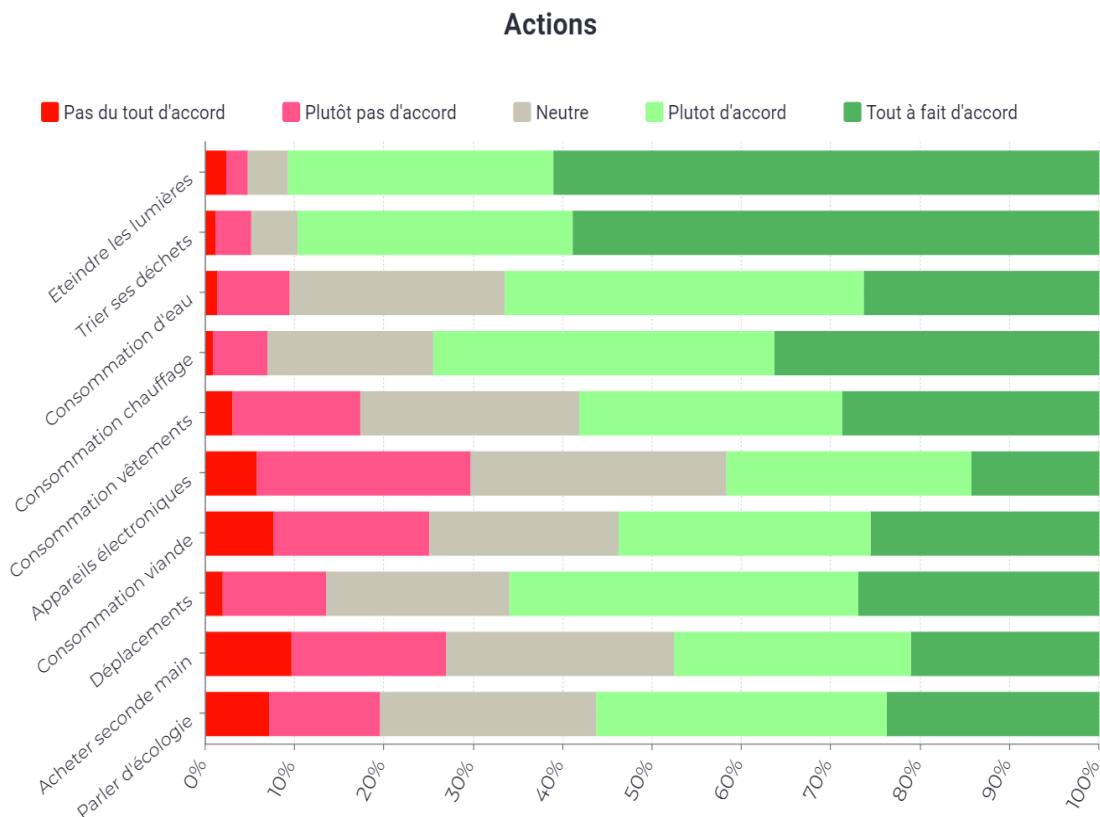
Deze cijfers lijken aan te tonen dat de vrouwen in onze steekproef meer geëngageerd en geïnformeerd zijn over klimaatverandering, want omgekeerd achten mannen "de evolutie van de natuur, de aarde, het klimaat" meer verantwoordelijk voor de klimaatverandering dan vrouwen (27% is het daarmee eens bij de mannen, 21% bij de vrouwen).

Engagement/ onbetrokkenheid

Er worden twee manieren van betrokkenheid bij jongeren getest. Ten eerste **de collectieve betrokkenheid, waarmee een meerderheid van onze respondenten niet te maken heeft**. 57% verklaarde reeds betrokken te zijn geweest bij een klimaatgerelateerd project, maar slechts 34% had ooit deelgenomen aan een evenement in verband met klimaatverandering. Tijdens de focusgroepen werd ook opgemerkt dat een meerderheid van de jongeren nog nooit van de klimaatmarsen van 2019 of van Greta Thunberg had gehoord. **Een meerderheid van de jongeren heeft daarentegen te maken met individueel engagement**. 83% van hen zegt actie te ondernemen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen.

Uit zelfbeschikking zeggen jongeren over het algemeen ecologisch gedrag te vertonen, met name wat betreft afvalscheiding, water- en energieverbruik (figuur 30). Over de consumptie van elektronische apparatuur (bijna 60%

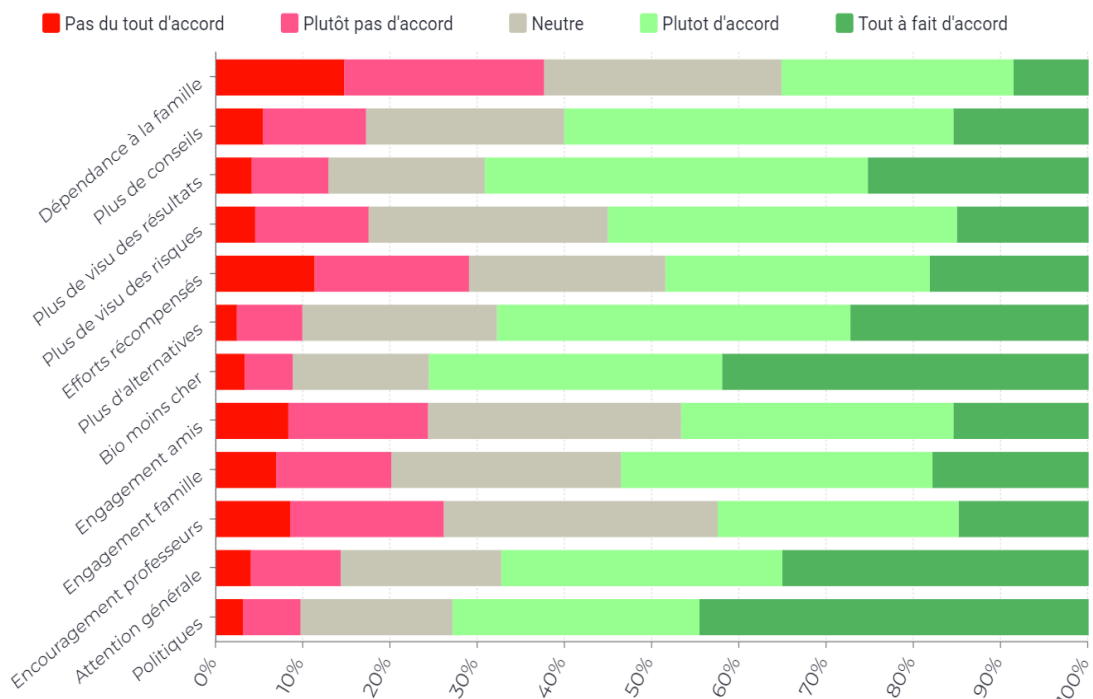
besteedt hier niet noodzakelijkerwijs aandacht aan), kleding (42%, besteedt hier niet noodzakelijkerwijs aandacht aan) of vlees (46%, besteedt hier niet noodzakelijkerwijs aandacht aan) zijn ze daarentegen meer verdeeld.



Figuur 30. Zelfpositionering van jongeren op de verschillende actiepunten (in volgorde van weergave): "Ik schakel de lichten uit"; "Ik sorteer mijn afval"; "Ik let op mijn waterverbruik"; "Ik let op mijn verwarmingsverbruik"; "Ik let op mijn kledingconsumptie"; "Ik let op mijn gebruik van elektronische apparaten"; "Ik let op mijn vleesconsumptie"; "Ik let op de manier waarop ik mij verplaats"; "Ik koop tweedehandsproducten"; "Ik praat over ecologie om me heen". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Op de vraag wat hun betrokkenheid belemmert (figuur 31), antwoorden jongeren dat dit veeleer het gebrek aan alternatieven is (41% eens, 27% helemaal mee eens), de kosten van alternatieven (34% eens, 42% helemaal mee eens), het gebrek aan actie door politici (28% eens, 45% helemaal mee eens), of het gebrek aan zichtbaarheid over de resultaten van hun acties (44% eens, 25% helemaal mee eens).

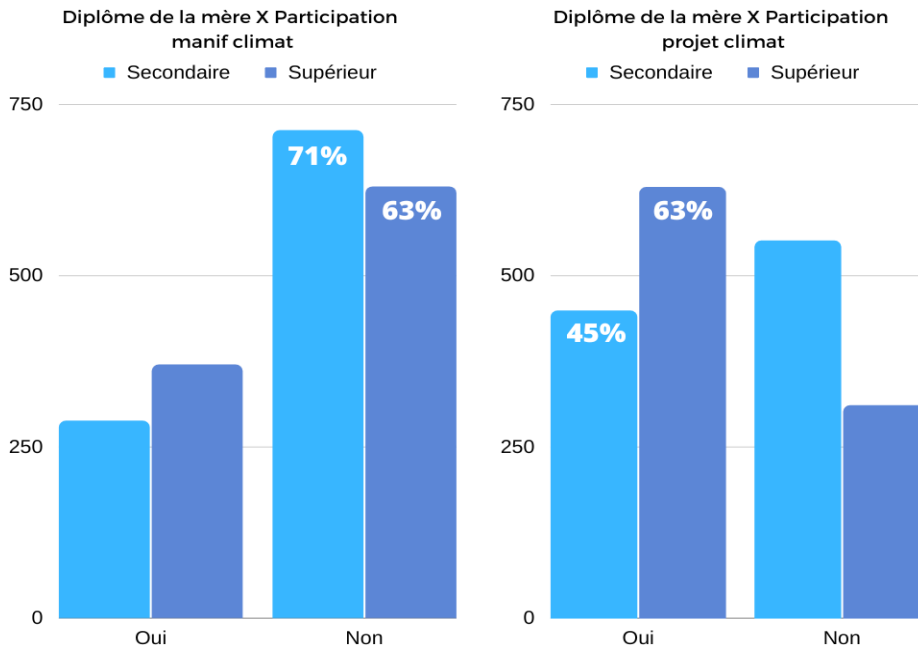
Freins à l'action



Figuur 31. Standpuntbepaling over de overwogen belemmeringen om tot actie over te gaan (in volgorde van weergave): "Mocht ik minder afhankelijk zijn van mijn ouders/familie"; "Mocht ik advies krijgen over wat ik zou kunnen doen"; "Mocht ik de resultaten van mijn inspanningen duidelijker zien"; "Mocht ik de risico's kennen die dit met zich meebrengt"; "Mochten mijn inspanningen beloond worden"; "Mochten er meer alternatieven zijn"; "Mochten bioproducten minder kosten"; "Mochten mijn vrienden meer geëngageerd zijn"; "Mocht mijn familie meer geëngageerd zijn"; "Mochten mijn leraren mij meer aanmoedigden"; "Mocht iedereen verplicht zijn om voorzichtiger te zijn"; "Mochten politici zich meer zorgen maken". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

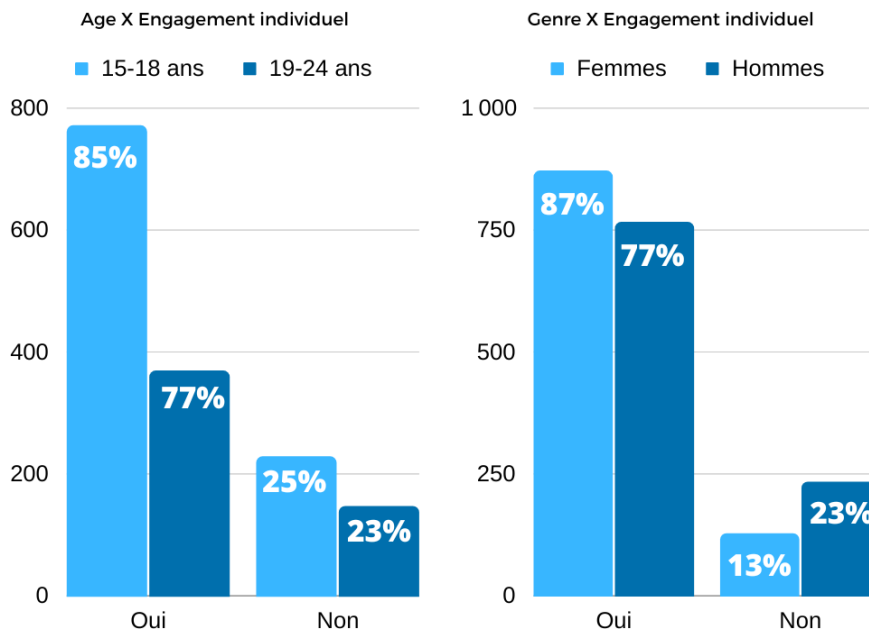
Wat de collectieve betrokkenheid betreft, is er vooral een onderscheid in termen van sociale klasse, waarbij de meest sociaal-economisch bevoorrecht naar verhouding het meest geëngageerd zijn (figuur 32). Waar 63% van de bevoorrechte jongeren zegt al aan een klimaatproject te hebben deelgenomen, doet slechts 45% van de kansarme jongeren dat. Wat de evenementen betreft, zijn er opnieuw meer jongeren uit bevoorrechte milieus die daaraan hebben deelgenomen (37% heeft dat gedaan, tegenover 29% van de kansarme jongeren).

Persoonlijke kwalificaties beïnvloeden de deelname aan een klimaatprotest (43% van degenen met een diploma hoger onderwijs zegt te hebben deelgenomen, tegenover 20% van degenen met een diploma lager onderwijs). We zien hier dat de oudere generatie in de meeste gevallen deelnam aan klimaatprotesten (39% van de 19-24-jarigen, tegenover slechts 22% van de 15-18-jarigen), wat logisch is. 15-18-jarigen waren te jong om in 2019 deel te nemen. Jongeren uit dichtbevolkte steden namen ook het vaakst deel aan de demonstraties (38%, tegen 30% van de jongeren uit dunbevolkte steden). Omgekeerd zijn het de jongsten die het meest deelnemen aan klimaatgerelateerde projecten (64% van de 15-18-jarigen, tegenover 53% van de 19-24-jarigen). Deze constatering is ook logisch. De meesten van hen zitten nog op school en hebben de mogelijkheid om bij dit soort projecten betrokken te worden. Ten slotte heeft het geslacht geen significante invloed op de collectieve betrokkenheid bij het klimaat.



Figuur 32. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder) over de stelling: "Heb je ooit deelgenomen aan een klimaatprotest?" (links) en "Heb je ooit deelgenomen aan een klimaat gerelateerd project?" (rechts).

Het geslacht is daarentegen van invloed op het individuele engagement: vrouwen in onze steekproef zeggen meer actie te ondernemen dan mannen (figuur 33). 87,1% van de vrouwen in onze steekproef verklaarde actie te ondernemen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen, tegenover 76,6% van de mannen.



Figuur 33. Vergelijkende standpuntbepaling van 15-18-jarigen en 19-24-jarigen (links), alsook van vrouwen en mannen (rechts) op de vraag: "Zijn er zaken die je doet in jouw leven om jouw ecologische voetafdruk te verkleinen?"

De geneigdheid om zich individueel in te zetten voor het verkleinen van de eigen ecologische voetafdruk neemt ook toe met de leeftijd, het diploma en het opleidingsniveau. Student of werknemer zijn, heeft geen significante invloed op dit type verbintenis. Anderzijds zeggen studenten in het hoger onderwijs dat zij meer individueel

handelen dan anderen (63% in het TSO en het BSO zegt individueel te handelen, tegenover 79% van de studenten in het ASO en 88% in het hoger onderwijs). En het zijn vooral de oudere studenten die meer actie ondernemen (85% van de 19-24-jarigen zegt actie te ondernemen) en de jongeren die zeggen minder actie te ondernemen dan de anderen.

Het diploma van de moeder heeft geen significante invloed op de bereidheid om de eigen ecologische voetafdruk te verkleinen, wat ons doet vermoeden dat leeftijd de bepalende factor is voor het individuele engagement: **oudere jongeren zijn beter in staat om individueel maatregelen te treffen** (omdat ze meer geld hebben, onafhankelijker zijn, ...).

Focus op de kwestie van individueel afval

In de focusgroepen kon worden vastgesteld dat jongeren systematisch en spontaan het onderwerp afval ter sprake brengen wanneer zij het hebben over actie, engagement en ook over vervuiling:

"Interviewer: Doen jullie iets in jullie dagelijks leven om milieuvriendelijker te zijn?"

Jongeren: Als we een stuk papier zien, doen we het in de vuilnisbak!

[Fragment uit focusgroepen].

"Onderwijzer: Ik heb een vraag voor jullie, als jullie samenkomen, een groep van 5 tot 10 jongeren, nou ja, het maakt niet uit hoeveel jongeren er zijn, welke ideeën zouden jullie bedenken om met zijn allen de situatie te veranderen?"

Jongeren: Papiertjes rapen op straat.

[Fragment uit focusgroepen].

Of het nu gaat om "papier", "afval op de grond" of "sigarettenpeuken", deze onderwerpen brengen de jongeren als eerste aan bod, zelfs als de discussie zich toespitst op bredere overwegingen (bron van vervuiling, maatregelen om de klimaatverandering te beperken ...). Zij vermelden dus vooral acties die zich op hun niveau afspelen, tastbare elementen, acties die ze kunnen uitvoeren en waarover ze zich niet machteloos voelen.

Wat de verschillende individuele actiegebieden betreft, zijn twee variabelen significant: gender en sociale klasse. Wij beschouwen hier een hiërarchie van actiepunten met enerzijds de actiepunten die populair¹⁵ en makkelijk toegankelijk zijn voor jongeren (lichten uitschakelen, afval sorteren, letten op waterverbruik, letten op vleesconsumptie) en anderzijds de actiepunten die minder populair of minder toegankelijk zijn (letten op verwarmingsverbruik, op kledingconsumptie, op het gebruik van elektronische apparaten, verplaatsingen, tweedehands kopen).

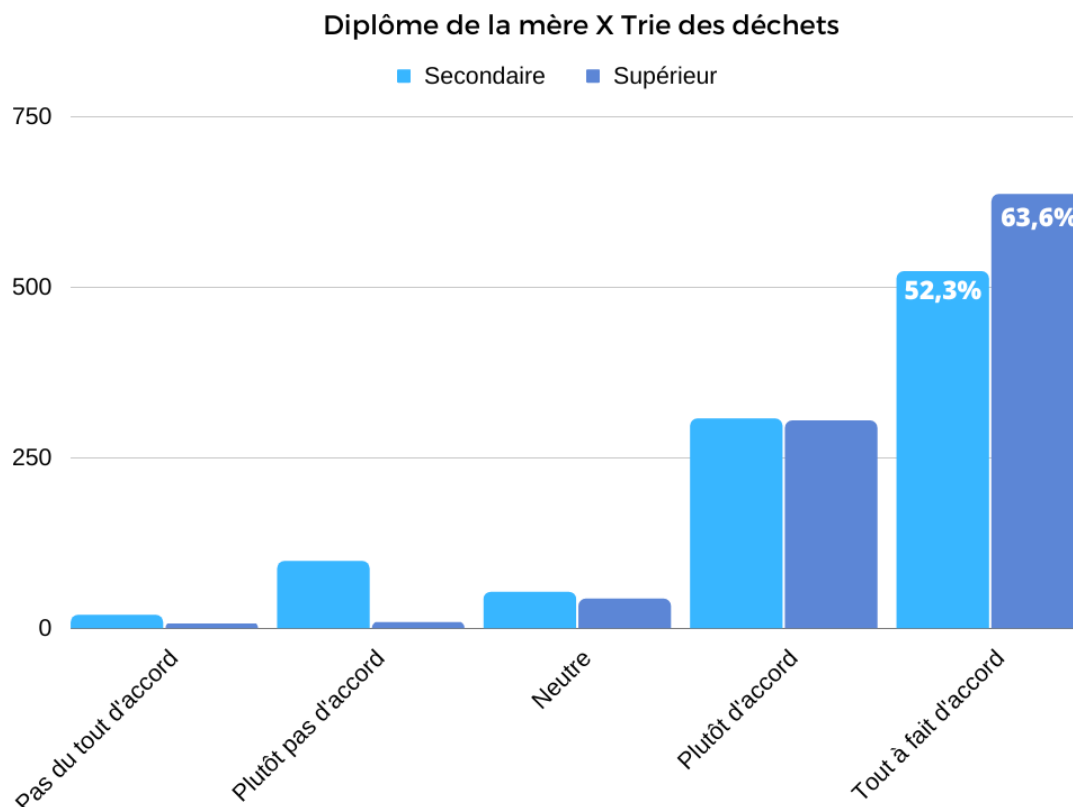
Vrouwen zijn naar eigen zeggen voorzichtiger op de gebieden die het meest toegankelijk zijn voor jongeren. Zo verklaart meer dan 90% van hen hun afval te sorteren, vergeleken met 85% van de mannen. Bovendien is 60% van de vrouwen voorzichtig met hun vleesconsumptie, tegenover 43% van de mannen. Aan de andere kant worden sommige polen niet beïnvloed door het geslacht. Daarbij gaat het om de minder populaire of minder handelingsbekwame aspecten, zoals verplaatsingen, verwarmingsverbruik, kledingconsumptie of gebruik van elektronische apparaten, waarbij er geen verschil is tussen vrouwen en mannen.

We stellen ook vast dat de minder populaire actieterreinen meer in de belangstelling staan van jongeren met een hogere opleiding, die beter weten hoe ze actie kunnen ondernemen (zie blz. A). Zij zeggen bv. voorzichtiger te zijn met hun gebruik van elektronische apparatuur of kledingconsumptie (respectievelijk meer dan 50% van de

¹⁵ Met "populair" bedoelen wij de meest bekende acties om iemands ecologische voetafdruk te verkleinen, de acties die regelmatig in de media worden genoemd, ...

afgestudeerden in het hoger onderwijs, tegenover minder dan 30% van de afgestudeerden in het basisonderwijs; en bijna 60% van de studenten in het hoger onderwijs, tegenover minder dan 40% van de studenten in het TSO of BSO).

Het is echter vooral opmerkelijk dat de sociaal-economisch bevoorrechte klassen aanzienlijk oververtegenwoordigd zijn in alle actiegebieden (inclusief de populairste) (figuur 34). Zo zeggen de meest bevoorrechte jongeren dat zij hun afval meer sorteren dan de anderen (94% tegen 83%). Zij zeggen ook voorzichtiger te zijn met hun vleesconsumptie (58%, tegen 47%).



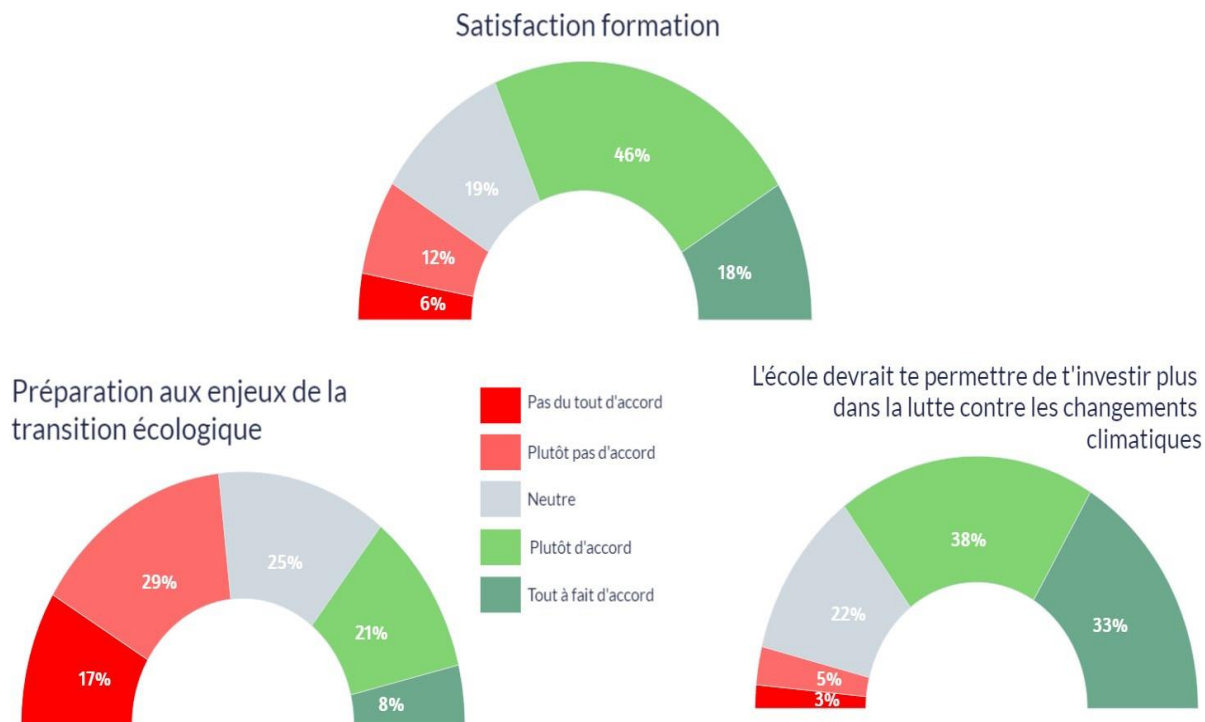
Figuur 34. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder) over de handeling: "Afval sorteren". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

3.1.2 Jongeren, school en werk

In dit deel zullen de verschillende antwoorden van onze respondenten betreffende hun relatie tot school (A) en vervolgens die betreffende hun relatie tot werk (B) worden geanalyseerd.

School

Figuur 35 toont ons verschillende dingen. De meerderheid van de ondervraagde jongeren is tevreden over de opleiding die zij hebben genoten (64%). Anderzijds zijn ze meer verdeeld over het idee dat hun opleiding hen voldoende heeft voorbereid op de uitdagingen van de transitie (29% is het er niet mee eens, 25% is neutraal en 21% is het ermee eens), hoewel ze ook vinden dat de school hen in staat moet stellen meer betrokken te raken bij de strijd tegen de klimaatverandering (71%). Tegelijkertijd zeggen zij dat de klimaatverandering geen invloed heeft op hun studiekeuze (71%).



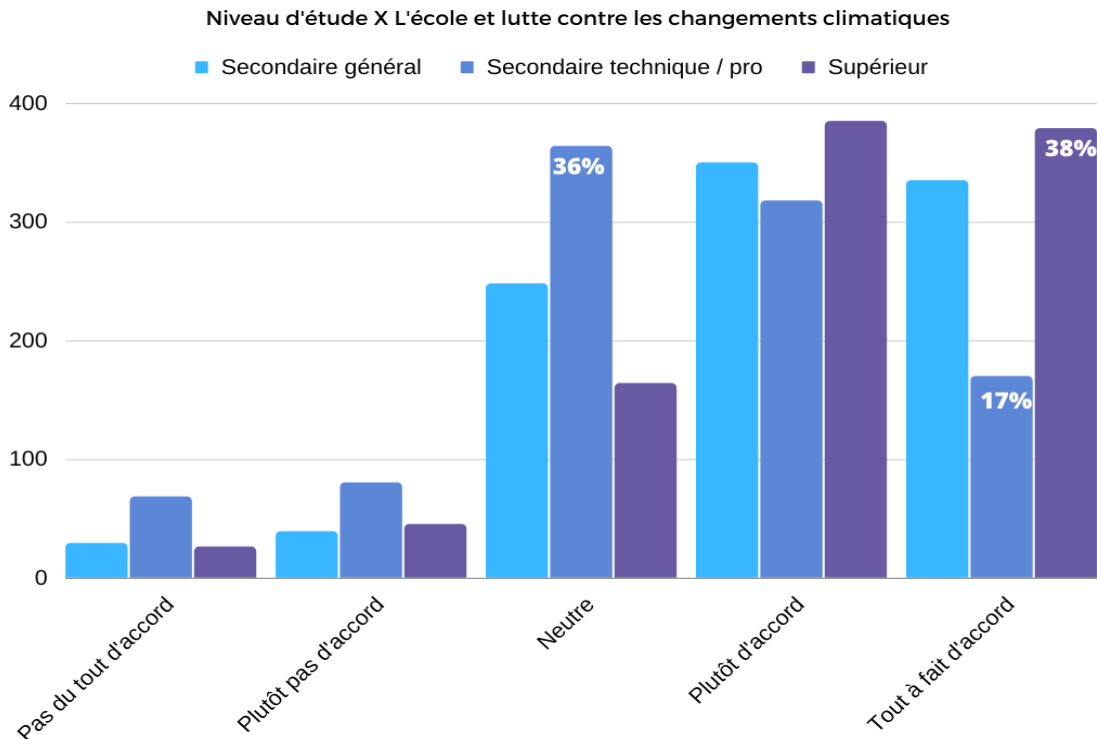
Figuur 35. Positionering van jongeren op de stellingen: "Ik ben over het algemeen tevreden over de opleiding die ik op school heb gekregen" (boven); "De school heeft me voldoende voorbereid op de uitdagingen van de ecologische transitie" (links); "De school zou mij in staat moeten stellen om meer in te zetten in de strijd tegen klimaatverandering" (rechts). [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

In de eerste plaats is er sprake van een onderscheid naar gender: vrouwen zijn het naar verhouding vaker "mee eens" met het idee dat zij tevreden zijn met hun opleiding (49%, tegenover 40% van de mannen), maar zijn vaker dan mannen van mening dat de school hen niet voldoende heeft voorbereid op de uitdagingen van de transitie en dat de school hen in staat zou moeten stellen meer betrokken te raken bij de strijd tegen de klimaatverandering. Uit dit onderscheid blijkt opnieuw de grotere betrokkenheid van de vrouwen in onze steekproef bij klimaatkwesities. Bovendien zijn jongeren in het TSO en het BSO minder tevreden met hun opleiding, hoewel leeftijd geen bepalende factor is voor deze tevredenheid.

Het is opmerkelijk dat de jongeren die in de focusgroepen werden geïnterviewd (van wie velen een beroepsopleiding volgen of NEET zijn) minder enthousiast zijn over schoolgerelateerde kwesities. Zij hebben vaker kritiek op de opleiding die zij hebben gevolgd en zeggen bv. dat deze hen niet genoeg heeft voorbereid "om hun eigen weg te kiezen". Aan de andere kant heeft een grote meerderheid tijdens hun schoolcarrière over klimaatverandering geleerd. Hoewel zij vaak zeggen dat deze cursussen geen indruk op hen hebben gemaakt, dat zij de inhoud zijn vergeten of kritiek hebben op de opzet ervan (te kort, te specifiek, ...), hebben zij allemaal aan deze cursussen deelgenomen.

Een meerderheid van de jongeren denkt dat klimaatverandering geen invloed heeft of zal hebben op hun studiekeuze. Zij wonen in vergelijking vaker in de dunst bevolkte gebieden van België (25% van de jongeren uit deze gebieden ontkent dat de klimaatverandering hun studiekeuze beïnvloedt, tegenover 19% in de dichtst bevolkte gebieden). Zij zijn ook relatief sterker vertegenwoordigd onder studenten in het TSO en BSO, van wie de meerderheid heeft geantwoord dat zij neutraal staan tegenover dit onderwerp. Anderzijds is de kwalificatie van de moeder niet bepalend voor dit idee of voor de overweging van de eigen opleiding. **De variabele sociale klasse heeft een significante invloed op het antwoord op de vraag "school zou mij in staat moeten stellen meer in te zetten in de strijd tegen klimaatverandering".** Aanzienlijk meer sociaal-economisch benadeelde jongeren zeiden

neutraal te staan tegenover deze vraag (29%). De meest bevoorrechte jongeren daarentegen waren het er naar verhouding vaker "helemaal mee eens" dat de school deze rol zou moeten spelen (37% tegen 27% van de minst bevoorrechte jongeren). Uit figuur 36 blijkt dat hetzelfde geldt voor het onderwijsniveau: 36% van de jongeren in het TSO of BSO staat hier neutraal tegenover, terwijl aanzienlijk meer studenten in het hoger onderwijs zeggen het hier "helemaal mee eens" te zijn.



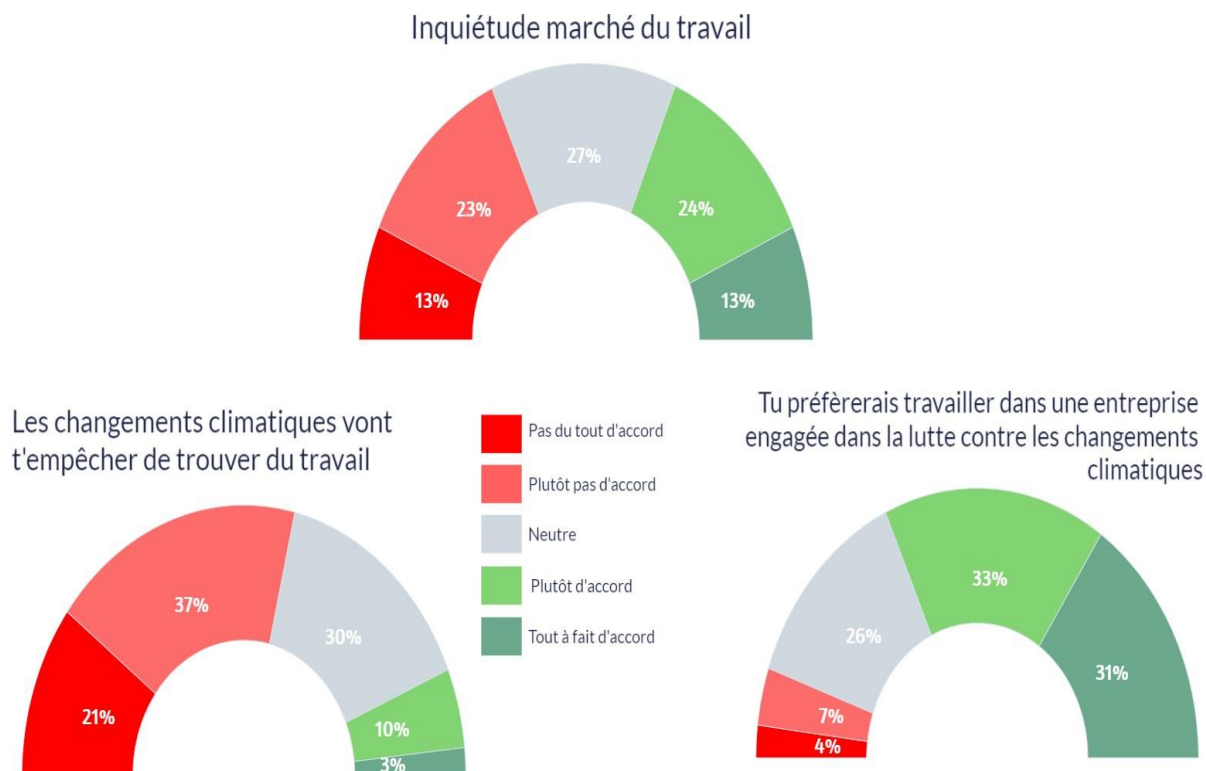
Figuur 36. Vergelijkende standpuntbepaling van jongeren in het algemeen secundair onderwijs, technisch secundair onderwijs of beroepssecundair onderwijs en in het hoger onderwijs over de stelling: "De school zou mij in staat moeten stellen meer in te zetten in de strijd tegen klimaatverandering". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Er dient aan herinnerd te worden dat er verhoudingsgewijs meer studenten met een minder bevoorrechte sociaal-culturele achtergrond deel uitmaken van de kwalificerende opleidingsstromen (TSO en BSO) (Indicateurs de l'enseignement 2021). De resultaten die een verband aantonen tussen sociaal-culturele achtergrond of onderwijstraject en perceptie of begrip van klimaatrisico's komen overeen met die van andere internationale studies die een verband waarnemen tussen opleidingsniveau en perceptie van klimaatrisico's (Lee *et al.*, 2015). Paradoxaal genoeg lijken actoren uit de milieueducatie ook minder betrokken te zijn bij deze stromen.

Werk

Uit figuur 37 blijkt dat jongeren verdeeld lijken te zijn over hun visie op hun professionele toekomst. Zij lijken op dit niveau geen verband te leggen tussen klimaatverandering en hun toekomst. Op de uitspraak "Ik maak me zorgen over mijn professionele toekomst" antwoordde een meerderheid van onze respondenten met "neutraal" (27%), terwijl de rest verdeeld was tussen "mee eens" (24%) en "helemaal niet mee eens" (23%). Deze variabele geeft dus geen duidelijke indicatie, behalve dat jongeren het moeilijk vinden om zich in de toekomst te projecteren wanneer het om werk gaat. Hun beroepskeuze is of wordt weinig beïnvloed door de klimaatverandering (al is dat iets meer dan hun school- en opleidingskeuze) en zij denken niet dat de klimaatverandering een probleem zal vormen bij het zoeken naar een baan (voor meer dan 57%). Als zij de keuze

hadden, zouden zij echter nog steeds liever werken voor een bedrijf dat zich inzet voor de bestrijding van de klimaatverandering (31% is helemaal mee eens en 33% mee eens).

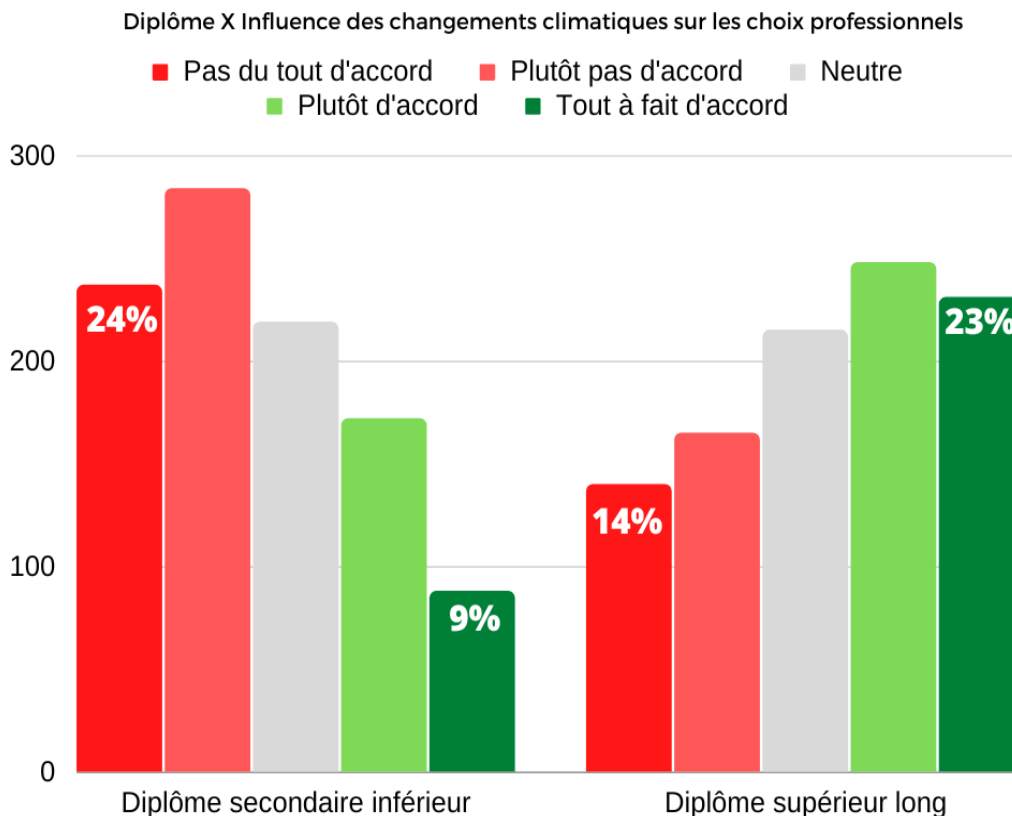


Figuur 37. Standpunt van jongeren over de stellingen: "Ik maak me zorgen over mijn professionele toekomst" (boven); "De klimaatverandering zal me belemmeren werk te vinden" (links); "Als ik de keuze heb, zou ik liever werken voor een bedrijf dat zich inzet voor de bestrijding van klimaatverandering" (rechts).

Allereerst moet worden opgemerkt dat de bezorgdheid over de professionele toekomst niet verandert naar gelang de verschillende sociodemografische variabelen. Het is daarentegen de perceptie van het verband tussen klimaatverandering en werk die evolueert.

Eenzijds is het de leeftijd van de respondenten die hun visie op de toekomst inzake werk en klimaatverandering neigt te beïnvloeden. **Oudere respondenten zijn doorgaans beter in staat om zichzelf te projecteren.** Het zijn de 19-24-jarigen die zeggen dat zij bij hun beroepskeuze het meest door de klimaatverandering worden beïnvloed, terwijl de 15-18-jarigen het naar verhouding minder vaak met deze stelling eens zijn (23% zegt "helemaal niet mee eens" te zijn, tegenover slechts 15% van de 19-24-jarigen).

Vervolgens zijn het de hogstopegeleiden die in hun werk aanzienlijk meer door de klimaatverandering worden beïnvloed (figuur 38). Jongeren met een diploma hoger onderwijs zijn het hier voor 23% mee eens, terwijl slechts 9% van de jongeren met een diploma middelbaar onderwijs dit vindt:



Figuur 38: Vergelijkende positionering van afgestudeerden uit het lager secundair onderwijs (links) en het hoger onderwijs (type master) (rechts) op de stelling: "De klimaatverandering heeft mijn beroepskeuze beïnvloed of zal dat in de toekomst doen". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Hier moet rekening worden gehouden met de leeftijdsvertekening, aangezien de hoogst gekwalificeerde jongeren overeenkomen met de oudsten. **Toch kunnen de minst gekwalificeerden ook tot de lagere sociaal-economische categorieën behoren en het is de variabele sociale klasse die hier een rol speelt**, aangezien de meest bevoorrechte jongeren significant vaker zeggen het "helemaal eens" te zijn met dit idee (18%, tegen 7%), terwijl de minst bevoorrechte jongeren significant vaker zeggen het "niet mee eens" en "neutraal" te zijn. Ten slotte zijn jongeren die in de dichtstbevolkte gebieden van België wonen, naar verhouding ook meer geneigd om bij hun beroepskeuze rekening te houden met de klimaatverandering (28% zegt het "mee eens" te zijn met dit idee, tegenover 19% in de minst dichtbevolkte steden).

De jongeren die in de focusgroepen werden geïnterviewd, blijken te kunnen nadenken over de impact van de verschillende sectoren waarin zij willen werken. Er werd gesproken over de horeca, onroerend goed, entertainment of massadistributie. Toch leggen zij niet spontaan een verband met klimaatverandering en het lijkt duidelijk dat vermindering van de uitstoot geen selectiecriteria is bij hun beroepskeuze.

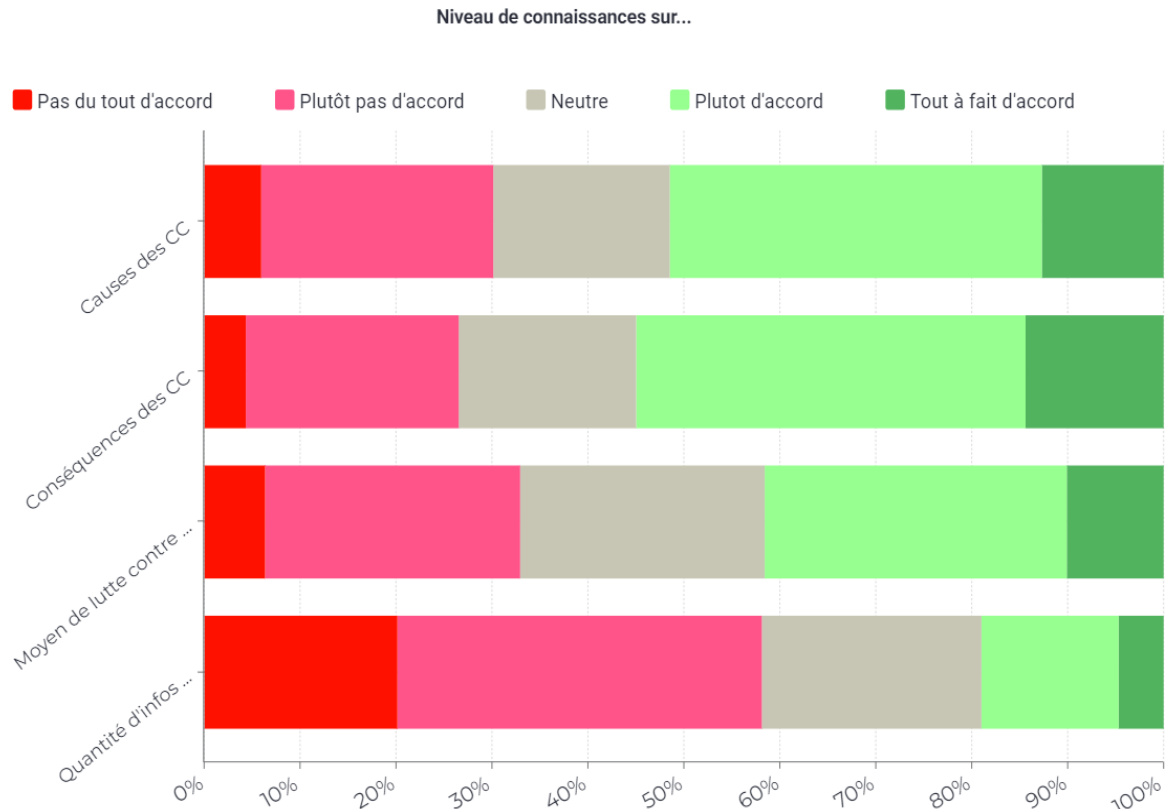
Wij vinden hoofdzakelijk dezelfde variabelen (leeftijd, bevolkingsdichtheid van de woonplaats en sociale klasse) als verklaring voor de wens van jongeren om te werken in een bedrijf dat zich inzet voor de bestrijding van klimaatverandering. Wij stellen echter vast dat de studenten in het TSO of BSO weinig belangstelling voor dit onderwerp hebben en dat bijna 50% van hen neutraal is.

3.1.3 Jongeren en klimaatcommunicatie

Om de betrekking van de jonge respondenten tot informatie en communicatie te begrijpen, analyseren wij hier hun informatieniveau (A), hun verschillende informatiebronnen over klimaatverandering (B), het verschil in impact tussen visuele en tekstuele communicatie (C), alsook hun mening over het standpunt van deskundigen (D).

Informatieniveau

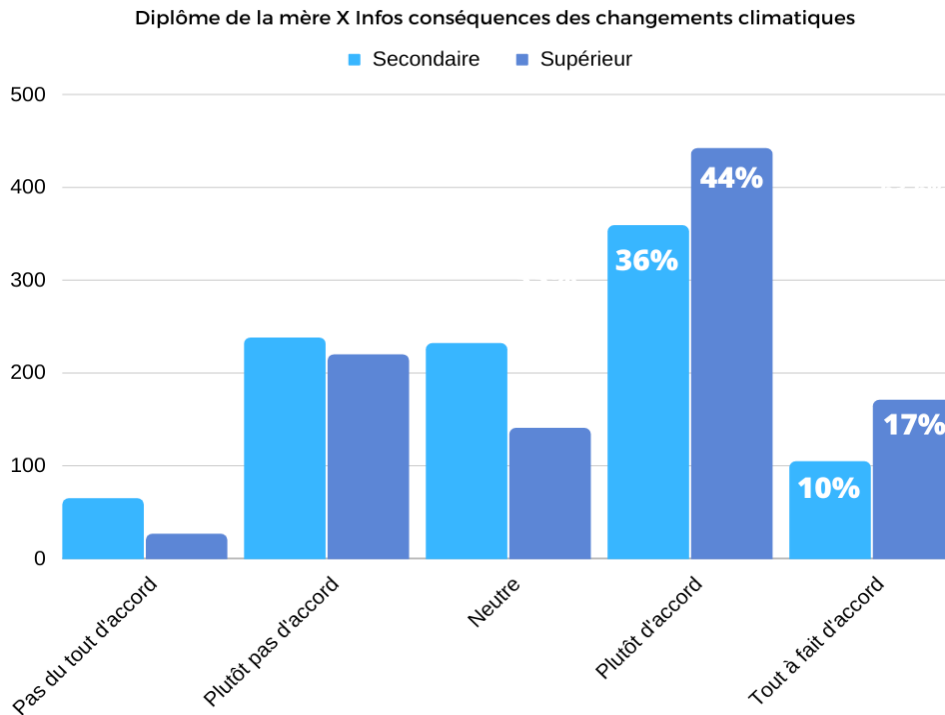
Jongeren voelen zich relatief goed geïnformeerd over de verschillende oorzaken en gevolgen van klimaatverandering. In vergelijking met andere onderwerpen zijn echter slechts weinigen van hen het er helemaal mee eens (figuur 39). Hun antwoorden zijn nog minder eenduidig wat betreft hun niveau van informatie over de bestrijding van klimaatverandering (32% mee eens, 26% neutraal, 27% niet mee eens). Anderzijds vinden zij dat de hoeveelheid informatie over klimaatverandering in de media onvoldoende is (58%).



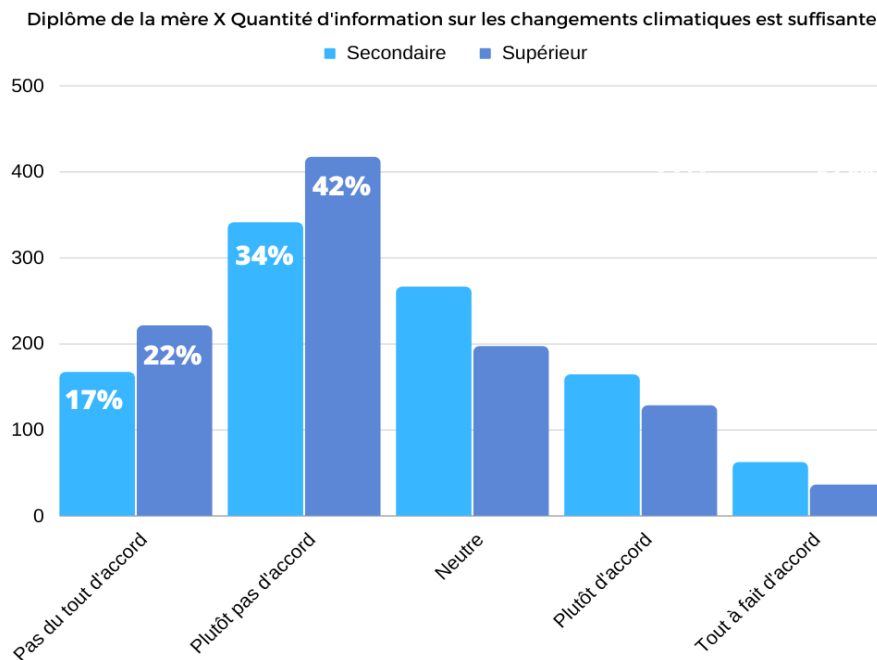
Figuur 39. Positionering met betrekking tot de mate van kennis over (in volgorde van weergave): "De verschillende oorzaken van klimaatverandering"; "De verschillende gevolgen van klimaatverandering"; "De middelen om klimaatverandering tegen te gaan" alsmede met betrekking tot de stelling "De hoeveelheid informatie over klimaatverandering in de media is voldoende".
[Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Mannen voelen zich doorgaans beter geïnformeerd dan vrouwen, zowel over de oorzaken en gevolgen van klimaatverandering als over manieren om deze te bestrijden (59% van de mannen voelt zich bijvoorbeeld voldoende geïnformeerd over de oorzaken van klimaatverandering, tegenover 47% van de vrouwen). Zij zijn ook vaker van mening dat de hoeveelheid informatie in de media over klimaatverandering voldoende is (25% tegen 16%).

Jongeren met een diploma hoger onderwijs voelen zich doorgaans beter geïnformeerd (meer dan 60% zegt voldoende geïnformeerd te zijn over de oorzaken van de klimaatverandering, tegenover slechts 37% van de jongeren met een diploma lager onderwijs), terwijl jongeren in het TSO of het BSO zichzelf als neutraal beschouwen ten aanzien van deze kwesties. Leeftijd is hier geen significante variabele, maar de persoonlijke kwalificaties houden dus verband met de sociale klasse, aangezien **de sociaal-economisch bevoorrechte jongeren aanzienlijk beter geïnformeerd zijn over de oorzaken en gevolgen** (figuur 40), maar ook over de middelen om de klimaatverandering te bestrijden.



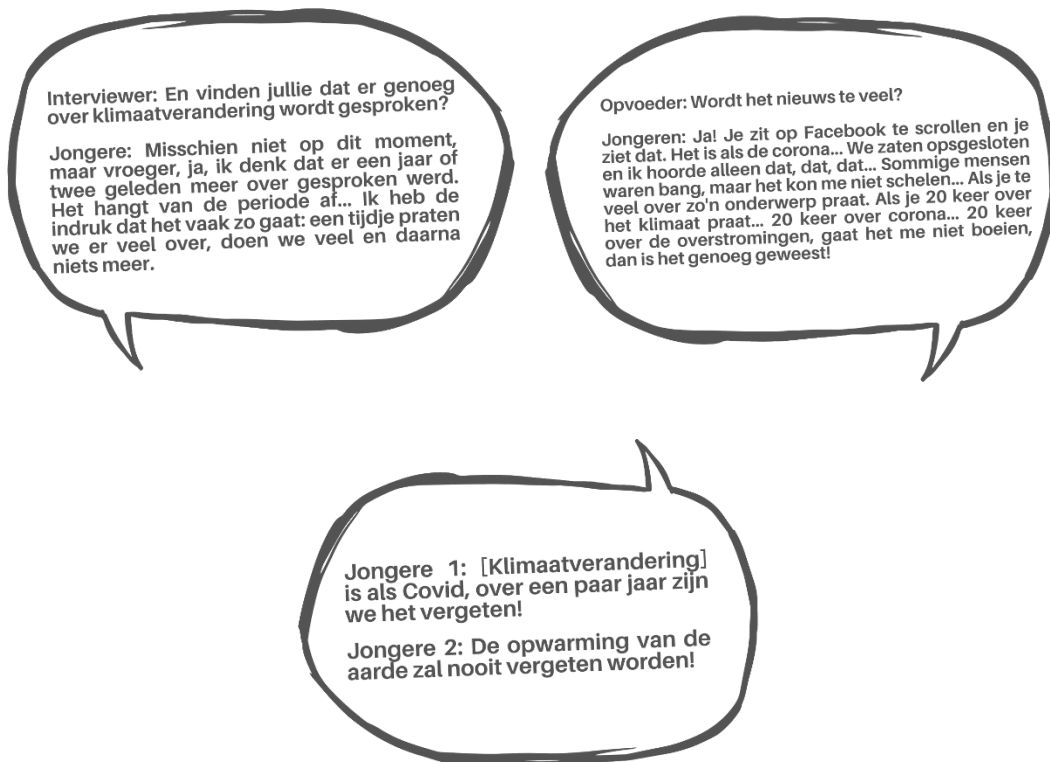
Figuur 40. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder) over de stelling: "Je denkt dat je voldoende geïnformeerd bent over de verschillende gevolgen van de klimaatverandering". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]



Figuur 41. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder) over de stelling: "De hoeveelheid informatie over klimaatverandering in de media is voldoende". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Het zijn echter diezelfde jongeren die meer informatie over klimaatverandering in de media zouden willen zien (67% van hen vindt die hoeveelheid informatie onvoldoende, tegenover 51% van de minder bevoorrechte jongeren).

Ten slotte werden tijdens de focusgroepen ook meer genuanceerde en kritische meningen besproken. Sommige jongeren vinden dat klimaatverandering niet op de juiste manier wordt besproken of dat het onderwerp te vaak aan bod komt:

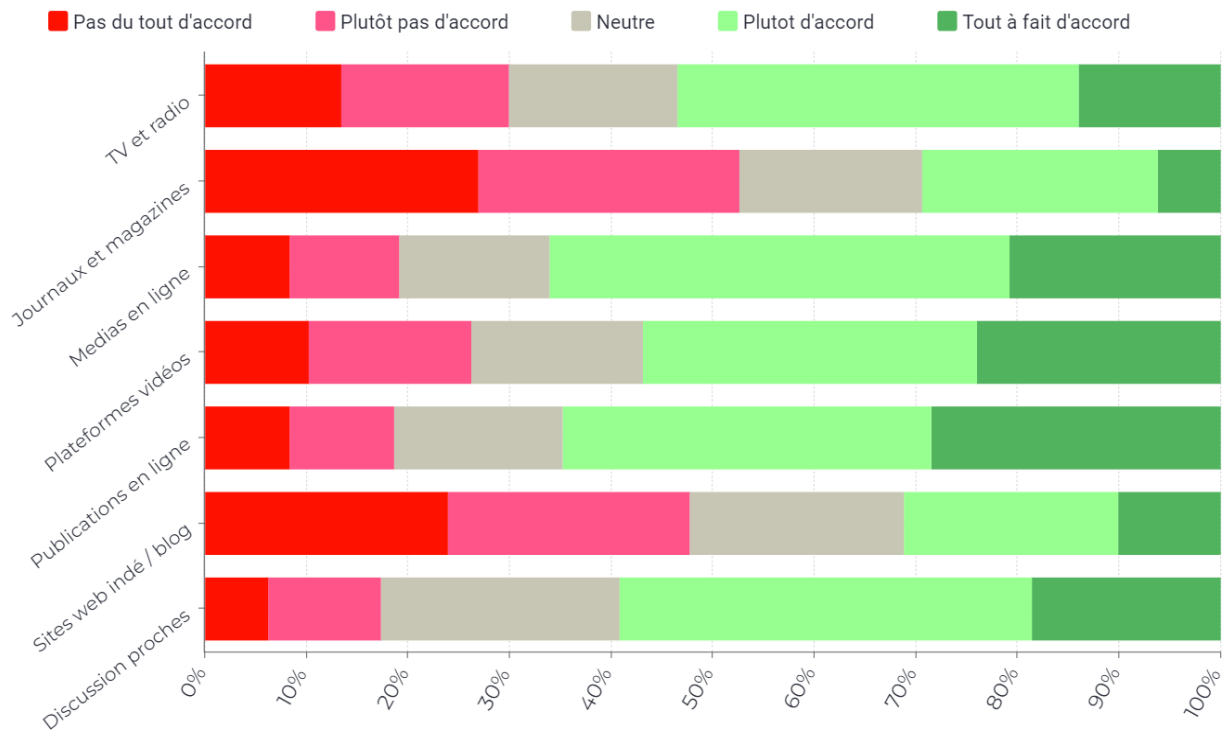


Het laatste citaat is interessant omdat het de aanzet weergeeft tot een woordenwisseling tussen een jongere die het onderwerp klimaatverandering slechts als een van vele beschouwt, een trend die voorbij zal gaan, en een andere jongere die zich daartegen verzet door te stellen dat dit onderwerp transversaal is. **In de focusgroepen vinden we dan ook jongeren die kritischer staan tegenover informatie over klimaatverandering.**

Informatiebronnen over de klimaatverandering

Wat de verschillende informatiebronnen betreft (figuur 42), geven jongeren de voorkeur aan online media (45% is het daarmee "eens", 21% "helemaal mee eens"), online publicaties (36% is het daarmee "eens", 29% "helemaal mee eens"), videoplatforms (33% is het daarmee "eens", 24% "helemaal mee eens") en televisie (40% is het daarmee "eens" en 14% "helemaal mee eens").

Sources d'information



Figuur 42. Standpunt van jongeren over de stelling "Wanneer je nieuwe informatie over klimaatverandering opvangt, is dat eerder via" (in volgorde van weergave): "Televisie of radio"; "Kranten en tijdschriften"; "Online media"; "Videoplatforms (YouTube, TikTok, Twitch...)"; "Online publicaties (Twitter, Instagram, Facebook...)"; "Onafhankelijke websites of blogs"; "Gesprek met vrienden en familie". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Er bestaan aanzienlijke discrepanties onder jongeren. Ten eerste is er een verschil tussen de leeftijdsgroepen. **De jongsten vergaren relatief meer informatie van het internet, maar ook van de televisie.** 34% van de 15-18-jarigen zegt het "helemaal eens" te zijn met het gebruik van videoplatforms (YouTube, TikTok, Twitch, ...) als middel om meer over klimaatverandering te leren, terwijl slechts 19% van de 19-24-jarigen deze mening deelt. Zij zijn het ook "helemaal eens" met het idee dat zij hun informatie halen uit online publicaties (op Instagram, Twitter, Facebook, ...), tegenover slechts 24% van de 19-24-jarigen. Evenzo gebruikt 65% van de 15-18-jarigen de televisie als informatiebron, tegenover 48% van de 19-25-jarigen.

Het geval van TikTok

Het Chinese sociale netwerk wordt meer en meer beschouwd als het netwerk dat door jongeren, en vooral door de allerjongsten, wordt gebruikt. De focusgroepen waren een gelegenheid om deze tendens te bevestigen. Een grote meerderheid van de ondervraagde jongeren zegt TikTok te gebruiken, en wel op een significante en regelmatige manier:

"Interviewer: Zitten jullie op sociale media?"

Jongeren: TikTok! Snapchat, Insta. Urenlang op TikTok!

Ik ben misschien 20 minuten niet op TikTok, maar dan zit ik er weer op. En we stoppen niet meer! We zeggen dat we er even op gaan en uiteindelijk blijven we er de hele dag op. Eigenlijk vliegt de tijd voorbij! Gelukkig zijn er lessen om niet op TikTok te zitten!

[lacht]"

[Fragment uit focusgroepen].

Hieruit blijkt duidelijk dat jongeren vooral via visuele content op TikTok bereikt kunnen worden met communicatiecampagnes. Opvallend is echter dat zij zelf waarschuwen voor inhoudsmoeheid en uniformiteit op dit platform:

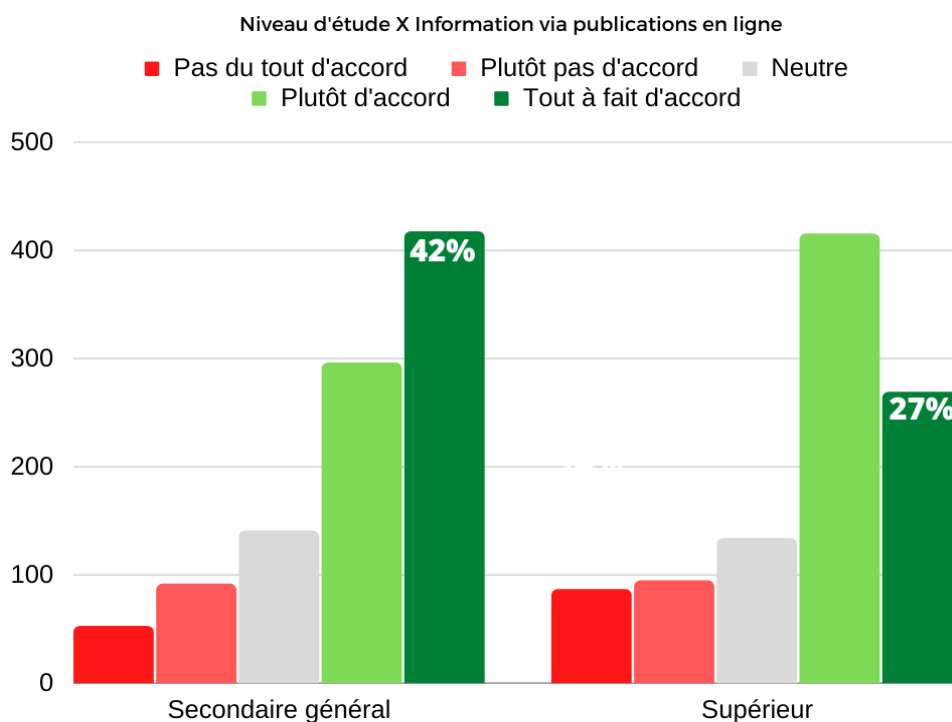
“Jongeren: Er komt altijd dezelfde muziek terug. Het is altijd hetzelfde. Het stoort me dat ik altijd dezelfde dingen zie [op TikTok].

[Fragment uit focusgroepen].

Die opmerking kwam meermaals ter sprake. Uniformiteit leidt er soms toe de ernst van de informatie op dit platform in diskrediet te brengen of op een uniforme manier te beschouwen. Informatie over klimaatverandering kan dan als saai en vervelend worden beschouwd, net zoals dat het geval is bij dansvideo's.

Men kan vaststellen dat de laagst opgeleiden en de studenten ook degenen zijn die de meeste informatie vergaren via internet en televisie. Dit bevestigt de relevantie van de leeftijdsvariabele, aangezien de laagst opgeleiden en de studenten ook tot de jongsten behoren, en aangezien de variabele inzake *sociale klasse* niet significant is.

Het belang van de *leeftijdsvariabele* op deze vraag wordt ten slotte bevestigd door het feit dat, zoals blijkt uit figuur 43, middelbare scholieren (jongsten) zich relatief meer informeren via onlinepublicaties (42% helemaal mee eens, tegenover slechts 27% van de scholieren uit het hoger onderwijs) dan scholieren uit het hoger onderwijs (ouderen), maar ook via online videoplatforms (35% helemaal mee eens, tegenover 22% van de scholieren uit het hoger onderwijs) en via de televisie (22% helemaal mee eens, tegenover 12% van de scholieren uit het hoger onderwijs).



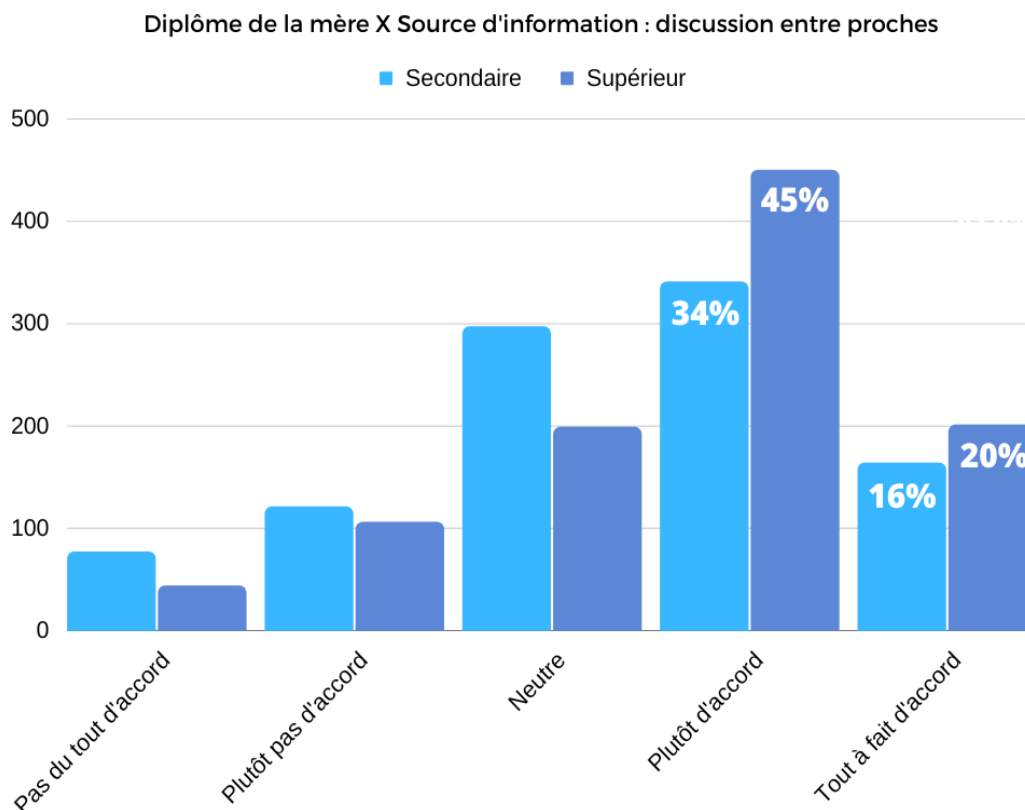
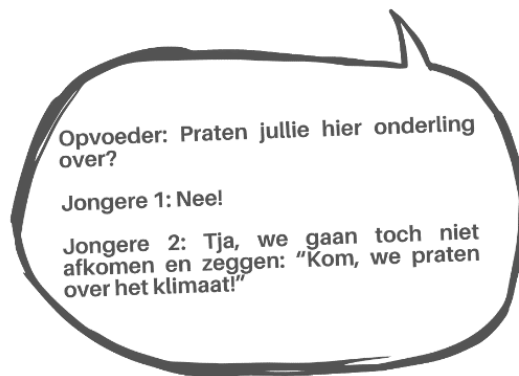
Figuur 43. Vergelijkende standpuntbepaling van jonge studenten uit het algemeen secundair onderwijs en het hoger onderwijs over de stelling: "Wanneer je nieuwe informatie over klimaatverandering opvangt, is dat eerder via online publicaties". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

De jongeren die aanwezig waren tijdens de focusgroepen (die tot de jongere leeftijdsgroepen behoren) zeggen intensief gebruik te maken van sociale media. Voornamelijk TikTok (zie kader), maar ook YouTube en Instagram worden veel gebruikt. Enkelen hebben aangegeven interesse te hebben in klimaatgerelateerde inhoud op deze

netwerken, maar zij vormen geen meerderheid. Velen van hen kijken ook televisie met hun ouders of leraren. Ook al hebben ze geen bijzondere belangstelling, een deel van hun kennis en ideeën over het onderwerp komt van dit medium.

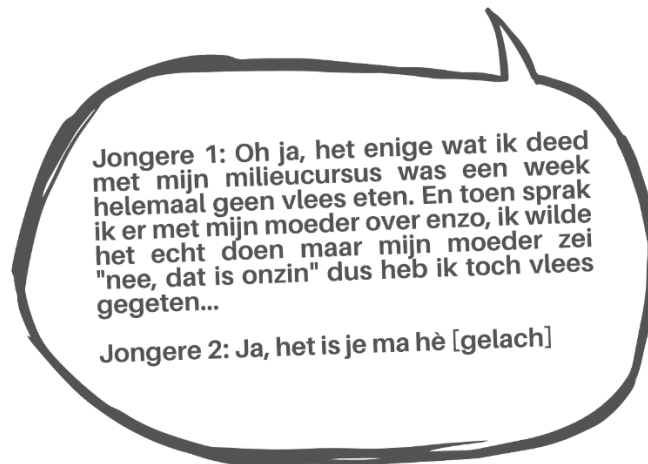
De enige informatiebron die significant wordt beïnvloed door de variabele inzake sociale klasse zijn de gesprekken tussen verwanten. Zoals blijkt uit figuur 44 is 45% van de sociaal-economisch bevoorrechte jongeren het er "mee eens" dat zij over klimaatverandering leren wanneer zij met hun naasten praten. Bij de minst bevoorrechte jongeren is dat slechts 34%.

De focusgroepen bevestigen dit standpunt: de geïnterviewde jongeren praten nauwelijks over klimaatverandering met hun omgeving en vooral zelden onder elkaar:



Figuur 44. Vergelijkende standpuntbepaling van meer of minder sociaal-economisch bevoorrechte jongeren (volgens het diploma van de moeder) over het informatiemedium: "Door met je verwanten te praten". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

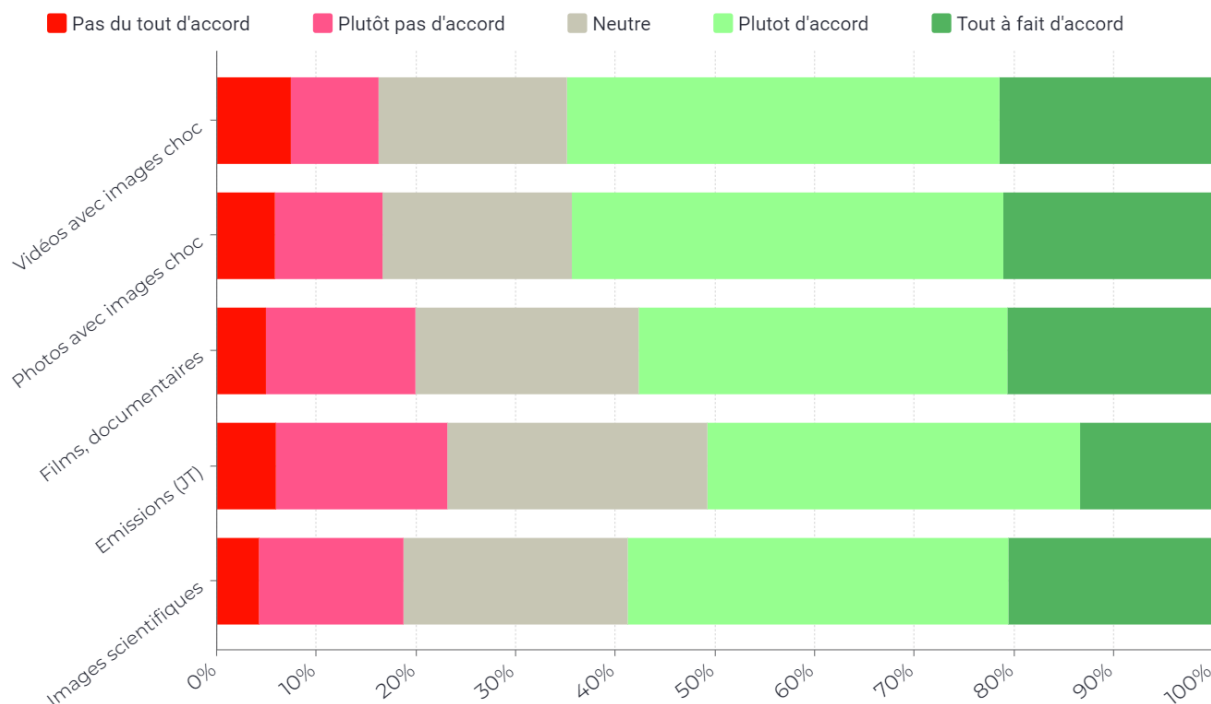
De focusgroepen benadrukken ook het belang van deze discussies voor het milieubewustzijn van jongeren. Eén voorbeeld was opvallend. Meerdere malen gingen de discussies over veganisme en de vermindering van de vleesconsumptie. Naast het gebrek aan informatie over de kwestie (zie deel A.) was de invloed van de familie soms voelbaar in de standpunten. Zo zetten verschillende jongeren vraagtekens bij het verminderen van de vleesconsumptie omdat het gevaarlijk zou zijn voor hun gezondheid: "Het is niet nutteloos, maar het kan gevaarlijk worden, want vlees blijft belangrijk"; "Verminderen is een goed idee, maar er helemaal mee stoppen, nee! Voor onze gezondheid...". Een van hen erkent dat haar moeder haar duidelijk heeft beïnvloed bij het nemen van dit standpunt:



Communicatievormen

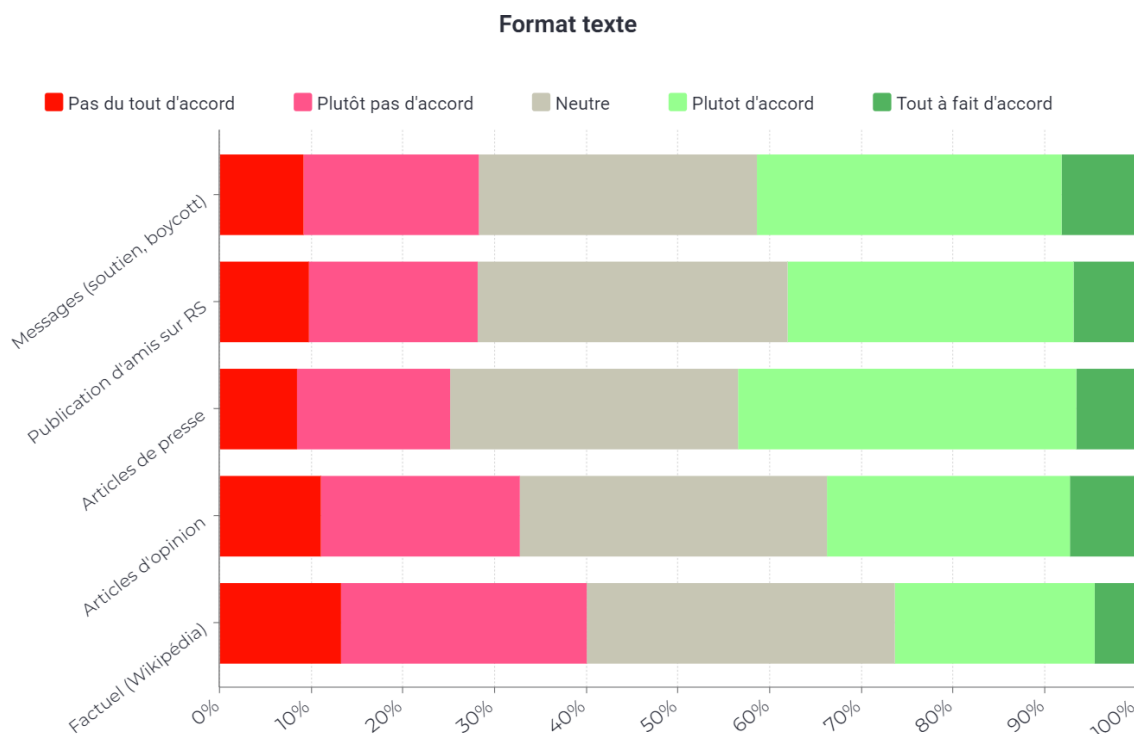
Wat het belang van tekstuele of visuele communicatievormen betreft, blijkt dat **beelden** (figuur 45) **bij jongeren populairder zijn dan tekst** (figuur 46). Qua beeldformaat zouden jongeren vooral beelden over klimaatverandering consumeren (63%). Zij zeggen het meest geraakt te worden door korte video's met schokkende beelden (43% mee eens, 22% helemaal mee eens), of foto's met schokkende beelden (43% mee eens, 21% helemaal mee eens).

Format image



Figuur 45. Waardoor worden jongeren getroffen. Beeldformaat: "Korte video's met schokkende beelden (bijv. een beer alleen op een ijsschots, een bosbrand...); "Foto's met schokkende beelden"; "Lange verklarende video's (films, documentaires, ...)"; "Programma's over klimaatverandering (bijv. het tv-journaal)"; "Wetenschappelijke beelden (diagrammen, grafieken, cijfers...)". [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Jongeren beweren ook beïnvloed te worden door tekstformaten, maar in mindere mate (55%). **Veel minder jongeren zeggen het "helemaal eens" te zijn met elke keuze die hun wordt geboden met betrekking tot tekstformaten, wat aantoont dat zij minder belangstelling hebben voor dit formaat.** Binnen deze voorstellen gaat de voorkeur uit naar traditionele persartikels (37% is het daarmee eens, 7% helemaal mee eens), gevolgd door berichten waarin wordt opgeroepen tot steun of boycot (33% is het daarmee eens, 8% helemaal mee eens) en publicaties van vrienden op netwerken (31% is het daarmee eens, 7% helemaal mee eens).



Figuur 46. Waardoor worden jongeren getroffen. Tekstformaat: "Oproepberichten (steun voor een project, boycot van een merk, ...)"; "Publicaties van je vrienden op sociale netwerken"; "Traditionele persartikels"; "Opinieartikelen (op blogs of in de media)"; "Online-encyclopedieën (bv. Wikipedia)".

Als het gaat om het tekstformaat, kan worden gesteld dat dit naar verhouding meer wordt gewaardeerd door vrouwen (28% van de mannen beweert niets te lezen over klimaatverandering, tegenover slechts 16% van de vrouwen), **door studenten, en dan vooral door studenten in het hoger onderwijs** (41% van de studenten is het er "helemaal niet mee eens" dat zij niets over klimaatverandering lezen, tegenover slechts 11% van de studenten in het TSO of BSO) en **door de meer bevoorrechte bevolkingsgroepen** (38% van de sociaal-economisch bevoorrechte jongeren is het er "helemaal niet mee eens" dat zij niets lezen over klimaatverandering, tegenover 26% van de minder bevoorrechte jongeren).

Leeftijd heeft geen significante invloed op de raadpleging van het tekstformaat, maar deze variabele beïnvloedt wel de raadpleging van traditionele persartikels, die verhoudingsgewijs meer worden gelezen door 19- tot 24-jarigen (41% zegt hier "mee eens" te zijn, tegenover slechts 28% van de 15- tot 18-jarigen). Artikelen uit de traditionele pers worden ook naar verhouding meer gelezen door pas afgestudeerden (53% van de jongeren met een diploma hoger onderwijs zegt persartikels over klimaatverandering te lezen, tegenover slechts 23% van de jongeren met een diploma lager onderwijs). Ten slotte zeggen mannen meer beïnvloed te worden door online encyclopedie-artikelen, door meer feitelijke inhoud (36% van de mannen wordt beïnvloed door dit formaat, tegenover 18% van de vrouwen).

Voor het beeldformaat blijken dezelfde variabelen een significante invloed te hebben (gender, opleiding en sociale klassen). Studenten in het algemeen middelbaar onderwijs en het hoger onderwijs worden over het algemeen sterker beïnvloed door alle verschillende visuele vormen. Twee van deze formaten springen eruit, omdat ze twee verschillende soorten publiek bereiken: wetenschappelijke beelden en schokkende beelden.

Eenzijds hebben wetenschappelijke beelden een aanzienlijk grotere impact op oudere jongeren (slechts 18% van de 15-18-jarigen zegt het "helemaal eens" te zijn), **studenten in het hoger onderwijs** (het verschil is het grootst wanneer jongeren zeggen het helemaal oneens te zijn met dit idee: 8% van de middelbare scholieren, 8%

van degenen die TSO of BSO volgen, tegenover slechts 3% van de studenten in het hoger onderwijs) en **de sociaal-economisch meest bevoorrechte jongeren** (25% "helemaal eens", tegenover slechts 14% van de minst bevoorrechte jongeren).

Daartegenover treffen schokkende beelden (foto's en video's) vooral de jongsten (28% van de 15-18-jarigen zegt "helemaal mee eens" te zijn, tegenover slechts 18% van de 19-24-jarigen), **de laagst opgeleiden** (33% van het lager secundair onderwijs zegt "helemaal mee eens" te zijn, tegenover 20% van het hoger onderwijs), **jongeren uit minst dichtbevolkte gebieden** (67% van de jongeren uit gebieden met minder dan 900 inwoners/m², tegenover 61% van de jongeren uit gebieden met meer dan 900 inwoners/m²) **en, zeer opvallend, vrouwen** (74% is het er "mee eens" en "helemaal mee eens", tegenover slechts 52% van de mannen).

Tijdens een van de focusgroepen werd het gespreksonderwerp van de schokkende video's geïntroduceerd door een jongere die wilde praten over een filmpje dat haar lerares Frans hen tijdens een les had laten zien. In deze virale video (figuur 47) wordt bij een schildpad een plastic rietje uit zijn neus verwijderd¹⁶. Deze video was voor haar een openbaring. Als gevolg van deze discussie zoeken andere jongeren de video online op om deze te bekijken. De jongere in kwestie heeft de zaal in tranen verlaten na het zien van de video. De situatie bedaarde snel, maar het was een gelegenheid om te discussiëren over de waarde van deze schokkende video's. Sommigen waren van mening dat deze video's mensen tot actie zouden kunnen aanzetten, anderen dat het niets zou veranderen. In ieder geval zullen de jongeren door het zien van deze video emotioneel betrokken geraakt zijn.



IL RETIRE UNE PAILLE COINCÉ DANS LE NEZ D'UNE TORTUE !

14 k vues · il y a 5 ans

NiKo

Salut à toi ! Si ma vidéo ta plus et bien like , commente , partage et abonne toi ! C'est gratuit,sa n

Figuur 47. Thumbnail van de YouTube-video die de jongeren tijdens de focusgroep in het JH La Plateforme in Colfontaine (21 september 2022) hebben vermeld en bekeken. "Hij trekt een rietje uit de neus van een schildpad."

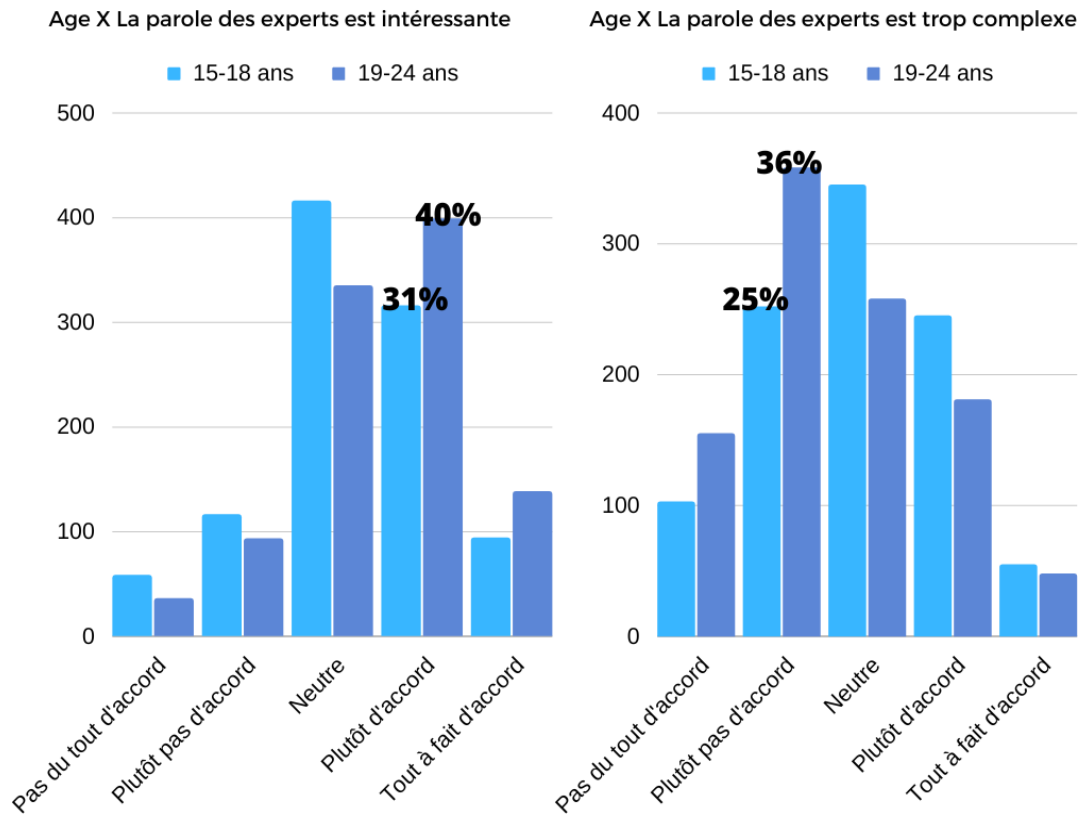
Meningen over de media en standpunt van deskundigen

Jongeren lijken tamelijk positief te reageren op deskundigen die in de media aan het woord komen. Ze zeggen dat ze ernaar luisteren (50%), dat ze hen interessant vinden (49%) en dat ze er rekening mee houden in hun denken als ze ernaar luisteren (64%). Bij de focusgroepen zijn ze echter kritischer over de media waarin de deskundigen optreden.

De jongsten, laagst opgeleiden, werkenden, uit de minst dichtbevolkte gebieden en de sociaal-economisch minst bevoorrechte jongeren zeggen relatief vaker dat ze het taalgebruik van de deskundigen te ingewikkeld vinden. Zo is slechts 36% van de 15-18-jarigen tegen dit idee, tegenover 51% van de 19-24-jarigen, en is 56% van de sociaal-economisch meest bevoorrechte jongeren ertegen, tegenover 44% van de minst bevoorrechte jongeren. **Het is echter belangrijk op te merken dat zij het standpunt van deze deskundigen niet verwerpen.** Het percentage respondenten dat zegt dat "we deskundigen te veel horen in de media" is laag (15%), zelfs onder degenen die hun uitspraken te ingewikkeld vinden. **Omgekeerd vinden oudere jongeren in het hoger onderwijs en het algemeen secundair onderwijs alsook jongeren met een hogere sociaal-economische status de woorden**

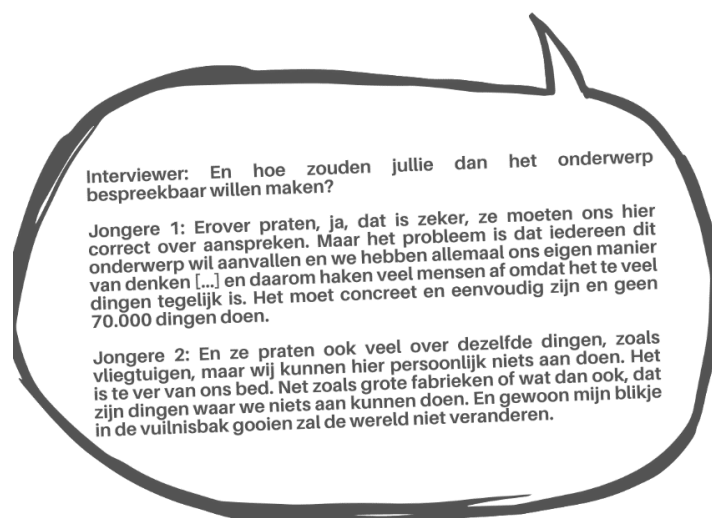
¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=wD031n5E-IM>

van deskundigen interessanter en houden zij er eerder rekening mee in hun denken over klimaatverandering. Zo vindt 54% van de 19-24-jarigen wat deskundigen zeggen interessant, tegenover 41% van de 15-18-jarigen (figuur 48). Ook 55% van de jongeren van wie de moeder een universitair diploma heeft, is geïnteresseerd en 68% van hen zegt hiermee rekening te houden wanneer zij over klimaatverandering nadenken, tegenover respectievelijk 43% en 56% van de jongeren van wie de moeder een middelbare schoolopleiding heeft.



Figuur 48. Vergelijkende positionering van 15-18-jarigen en 19-24-jarigen over het woord van deskundigen: "Ik vind hen interessant" (links) ; "Ik vind hetgeen ze zeggen te ingewikkeld" (rechts). [Helemaal niet mee eens, Niet mee eens, Neutraal, Mee eens, Helemaal mee eens]

Tot slot constateren we een sterkere verwerping van dit woord en van de complexiteit van het mediadiscours bij de jongeren die tijdens de focusgroepen zijn geïnterviewd. Deze interventie verheldert dit onderwerp:



3.2 Personae



De NEETs: De ongeïnformeerde lauwarmen



De Sweet Sixteens: Ongeïnformeerd, ongeïnteresseerd



De Klimaatoverschilligen: Op zoek naar concreetheid



De Bewusten: met weinig overtuiging



De Klimaatoptimisten: welgesteld, hoogopgeleid, actief voor het klimaat



De Supergeëngageerden: ontgoochelde realisten



De Klimaatbevreesden: Overgeïnformeerd over het klimaat

Figuur 49: Visuele illustraties van de 7 personae

3.2.1 Methodologie voor de samenstelling van de personae

In plaats van een traditionele macrosociale groepsindeling te handhaven (man/vrouw, adolescent/jongvolwassene, opgeleid/ongeschoold...), geven wij er de voorkeur aan jonge individuen te groeperen onder de noemer van *personae*, die holistische en ideologische sociale types zijn, gedefinieerd op basis van verschillende sociodemografische variabelen samengevoegd met variabelen aangaande waarden, percepties en standpunten ten aanzien van klimaatverandering (Francou Damesin & Cosperec, 2022; D'Onofrio, 2020).

De categorisering van mensen in groepen die niet enkel rond sociodemografische variabelen zijn opgebouwd, maar ook rond waarden, gedragingen en percepties, is geïnspireerd op wat Francou Damesin & Cosperec (2022) een **op waarden gebaseerde segmentatieanalyse** noemen. Wij hebben deze aanpak derhalve overgenomen door de antwoorden met betrekking tot waarden aan te vullen met punten die verband houden met emoties en gedrag.

De selectie van de groepen gebeurde volgens een empirisch-inductieve methode, met als doel de resultaten manueel te analyseren en belangrijke tendensen aan het licht te brengen. Zodra een groep was gevormd, werd dezelfde analyse toegepast op de groep genaamd "overgebleven". Het behoren van een individu tot een groep is exclusief. Daarom is de volgorde van de groepen van belang. Als de persoon in de ene groep is ingeschreven, kan hij niet in de volgende groep worden ingeschreven, ook al behoort hij ook tot die groep. Het ordeningsprincipe van *personae* is als volgt¹⁷

1. **De NEETs.** Deze groep is de eerste en enige die niet voortvloeit uit de inductieve analyse. Bovendien is deze van bijzonder belang voor het onderzoek en voor de federale en regionale instanties. Daarom hebben wij besloten deze personen eerst te groeperen. Ook al is deze *persona* gebaseerd op een sociale variabele (niet in opleiding en niet werkzaam), de significantie van de proeven op de andere variabelen bevestigde dat de groepering coherent was.
2. **De Supergeëngageerden.** Deze groep valt duidelijk op in de analyse en is eigen aan het onderzoeksonderwerp. De vragenlijst over klimaatkwesties trok namelijk een groot aantal respondenten aan met belangstelling voor het onderwerp.
3. **De Sweet Sixteens.** Deze groep bleek al heel snel uniek te zijn omdat hun houding en opvattingen vaak verband houden met hun plaats binnen de familiecocon. Dit beïnvloedt hun gedrag, vooral omdat deze personen niet geheel vrij zijn in hun gedrag, hun dagelijkse handelingen en hun consumptiekeuzes zoals de andere leeftijdsgroepen. Ook al is deze *persona* gebaseerd op de leeftijdsvariabele, de significantie van de proeven op de andere variabelen bevestigde dat de groepering coherent was.
4. **De Klimaatbevreesden.** De analyse van de verschillende emotievariabelen en de vrije opmerkingen van de respondenten toonden het belang aan van het angstgevoel bij de ondervraagde jongeren, waardoor het een belangrijk indelingscriterium werd.
5. **De Klimaatoptimisten.** Deze groep staat niet per se tegenover de vorige, want we hebben gemerkt dat individuen angstig en optimistisch kunnen zijn. Om die reden wordt deze groep geselecteerd na de vorige: wij zijn dus geïnteresseerd in het profiel van optimistische en niet bevreesde respondenten.
6. **De Klimaatonverschilligen.** Zij erkennen de realiteit van de klimaatverandering, maar dit zet hen niet aan tot actie. Merk op dat zij dus niet betrokken zijn, maar ook niet tot de NEETs of de Sweet Sixteens behoren, twee groepen die wat betreft bepaalde houdingen of opvattingen kunnen overlappen met de Onverschilligen.
7. **De weinig overtuigde Bewusten.** De overblijvende individuen hebben allemaal een gemeenschappelijke belangrijke variabele: zij handelen allemaal individueel om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Wat

¹⁷ De exacte variabelen die zijn gebruikt om deze groepen te definiëren, worden als voetnoot vermeld in elk onderdeel betreffende de persona.

hen echter ook bindt, is het feit dat zij, afgezien van deze kleine dagelijkse gebaren, niet erg geëngageerd zijn.

Waarom hebben we geen klimaatscepticus/twijfelaar *persona* geïdentificeerd? Zoals hierboven opgemerkt, benadrukt de studie de sterke tendens dat jongeren zich bewust worden van klimaatverandering. Dit betekent niet dat de bestudeerde bevolking geen twijfels heeft geuit, maar het aandeel van de betrokken personen (46/1000) laat niet toe een *persona* te vormen. Deze personen werden gedefinieerd aan de hand van twee variabelen betreffende percepties en gedrag: *Denk je dat de ernst van de klimaatverandering overdreven is?* (antwoord: ja) en *Zijn er zaken die je doet in jouw leven om jouw ecologische voetafdruk te verkleinen?* (antwoord: nee). De 46 respondenten bevinden zich dus op het snijpunt van degenen voor wie de ernst overdreven is en degenen die geen actie ondernemen om hun voetafdruk te verkleinen. Aangezien wij geen *persona* hebben gecreëerd om hen te definiëren, is het belangrijk te weten binnen welke groep *personae* deze meer sceptische personen vallen: 26 behoren tot de groep Klimaatverschilligen, 7 tot de groep NEETs, 6 tot de groep Sweet Sixteens, 4 tot de groep Klimaatbevreesden en 3 tot de groep Klimaatoptimisten. Verder moeten de vrijblijvende opmerkingen van respondenten uit deze groep worden vermeld: *ik wou dat de media niet corrupt waren; ik wil dat echte deskundigen ons concreet waarschuwen voor de risico's die ons te wachten staan als de situatie niet verandert; je kunt met mij over alles praten, als het maar eerlijke informatie is met relevante feiten...* Het is dus vooral de objectiviteit van de informatieverstrekkers die door deze personen in twijfel wordt getrokken.

Alvorens de *personae* voor te stellen, dient tevens te worden opgemerkt dat wij de percentages van elke *persona* in de bestudeerde populatie niet zullen weergeven, aangezien wij niet beweren enige representativiteit van de Belgische bevolking te hebben bereikt. Bovendien zijn deze profielen 'ideaaltypes' die ons in staat stellen na te denken over gesegmenteerde communicatie en niet om de bevolking formeel te verdelen. Daarom zullen we vermijden om verhoudingen per *persona* te presenteren die misleidend kunnen zijn over hun aandeel in de totale bevolking. Anderzijds dringen wij als deskundigen aan op de diversiteit van profielen, praktijken, percepties en hefbomen die daaruit voortvloeien. Alle resultaten die specifiek zijn voor de *personae* die hieronder worden gepresenteerd, zijn significant in vergelijking met de rest van de bevolking. Indien bepaalde variabelen niet voorkomen in de presentatie van de *personae*, betekent dit dat deze variabelen niet significant waren voor de betrokken groep. Alle statistieken werden afgerond op hele getallen.

3.2.2 Voorstelling van de personae

De NEETs: de ongeïnformeerde lauwarmen¹⁸



Wat is hun profiel?

De NEET-respondenten zijn meestal tussen 19 en 24 jaar oud (86%) en komen voornamelijk uit de provincies Antwerpen, Limburg en West-Vlaanderen. Deze geografische ligging heeft mogelijk te maken met de vertekening in de selectie doordat 300 Nederlandstalige respondenten werden uitbesteed.

De meeste NEETs wonen bij hun ouders, maar wat hen bijzonder maakt is dat 19% alleen woont (wat niet zo vaak voorkomt in de andere groepen). De meesten vinden dat ze niet comfortabel genoeg leven. Hun moeder heeft minder vaak een diploma hoger onderwijs (40%) maar ze zijn daarentegen oververtegenwoordigd door een moeder met een diploma lager onderwijs (16%). Het lage opleidingsniveau wordt bevestigd door dat van de vader (wat voor de andere *personae* niet wordt bestudeerd, maar hier wel zinvol is). 49% van de vaders heeft een diploma hoger secundair onderwijs en 27% heeft slechts een diploma lager secundair onderwijs. Dit verschilt nogal van de rest van de bevolking, waar dit opleidingsniveau slechts 11% bedraagt. Zij behoren dus tot de sociaal-economisch minder bevoorrechte categorieën van de bevolking.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

Weinig van de betrokkenheidsvariabelen zijn significant voor deze categorie van individuen. Er zijn echter twee variabelen die opvallen. De eerste betreft de betrokkenheid bij projecten rond klimaatverandering (thuis, met vrienden, in de klas, ...): 62% van de ondervraagde NEETs heeft nog nooit aan een dergelijk project deelgenomen, wat veel meer is dan de resterende bevolking van de steekproef (42%). De tweede variabele betreft het nemen van initiatieven om de eigen ecologische voetafdruk te verkleinen: een groter aantal NEETs (26%) onderneemt helemaal geen actie om hun voetafdruk te verkleinen. Bovendien weet een groter deel van hen niet wat een ecologische voetafdruk is (43%). We kunnen dus concluderen dat deze *persona* minder geëngageerd is, zowel op individueel als op collectief niveau.

Ook al is deze groep niet de meest geëngageerde, toch twijfelt 50% van hen niet aan de gevolgen van CO₂ op de klimaatverandering en, hoewel dit hoger is dan voor de rest van de bevolking (13%), denkt slechts 24% dat de ernst van de veranderingen is overdreven.

¹⁸ De variabelen die werden gebruikt om deze groep te definiëren waren "Ben je momenteel scholier, student of stagiair?" (School_Opleiding) en "Werk je op dit moment (studentenjobs niet meegerekend) of loop je momenteel stage?" (Werk_Stage).

Hoe staat het met hun emoties?

NEETs zijn niet pessimistischer over hun toekomst dan anderen: 43% van hen denkt dat hun leven slechter zal zijn dan dat van hun ouders (tegenover 40% voor de rest van de bevolking, wat geen significant verschil is) en 69% van hen denkt dat er oplossingen kunnen worden gevonden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken. Klimaatverandering baart 59% van de NEETs zorgen en 22% van hen staat hier neutraal tegenover. Niettemin gelooft slechts 57% van de NEETs dat de veranderingen hun levenswijze zullen beïnvloeden, wat minder is dan de rest van de bevolking in dit onderzoek (73%). Het percentage NEETs zonder mening over deze laatste vraag is aanzienlijk (23%).

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

Op individueel niveau voelen zij zich niet bijzonder verantwoordelijk of geschikt om zich in te zetten voor het klimaat: 58% vindt dat zij een rol te spelen hebben in de ecologische transitie, wat veel minder is dan voor de rest van de steekproef (70%). Wat de collectieve verantwoordelijkheid betreft, onderscheiden zij zich door hun neutraliteit op de meeste kwesties: 26% heeft geen mening over de verantwoordelijkheid van de staten, 22% over de verantwoordelijkheid van bedrijven, 32% over de rijkere individuen, 22% over de gehele menselijke activiteit, 28% over de voorgaande generaties en 28% heeft ook geen mening over de normale evolutie van de natuur. Hun meningen zijn dus minder uitgesproken, minder radicaal.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

NEETs informeren zich minder over klimaatverandering dan anderen: 31% van hen zegt nooit naar iets over dit onderwerp te kijken (tegenover 14% voor de rest van de bevolking). Hun communicatiemethoden zijn niet veelzeggend. De enige resultaten die uit deze analyses naar voren komen, hebben betrekking op de informatiebronnen inzake klimaatverandering: 50% van de NEETs zegt informatie uit publicaties op sociale netwerken niet te waarderen (tegenover slechts 34% voor de rest van de bevolking). Wat de klimaatdeskundigen betreft, hebben zij geen uitgesproken mening, afgezien van het feit dat zij te veel aan het woord komen: 22% geeft dit aan (tegenover slechts 16% voor de rest van de bevolking).

Wat zijn hun middelen tot actie?

Deze groep heeft niet veel actiemiddelen. Alleen het argument van beloning is significant voor NEETs: 54% van hen denkt dat zij meer gemotiveerd zouden zijn om zich in te zetten voor het klimaat als zij zouden worden beloond met felicitaties, geld, ... (tegenover 48% voor de rest van de bevolking).

Conclusies over NEETs

Deze *persona*, gekenmerkt door het feit dat ze in geen enkel school- of beroepscircuit voorkomt, is eerder neutraal dan protesterend. De meningen van NEETs over de klimaatverandering lopen nogal uiteen: zij erkennen de meeste zaken die met de veranderingen te maken hebben, zonder iemand van verantwoordelijkheid te beschuldigen. Zij voelen zelf weinig verantwoordelijkheid en vinden dat de deskundigen te veel over dit onderwerp spreken. Het enige instrument dat wordt genoemd is dat van de beloning. Hieruit krijgt men de indruk dat dit onderwerp hen niet interesseert of dat zij er onvoldoende kennis van hebben. Misschien denken ze dat dit niet veel impact heeft op hun leven?

Een analyse van hun vrijblijvende opmerkingen levert echter enkele interessante inzichten op over hoe met hen over klimaatverandering kan worden gecommuniceerd: voornamelijk via beelden, in mindere mate via tekst of via deskundigen, waarbij de nadruk ligt op gevolgen en concrete acties:

- *door te praten over wat meer 'memorabel' zou kunnen zijn, maar niet aan de hand van de oorzaken, maar aan de hand van de gevolgen*

- *door de concrete oplossingen te noemen die we kunnen invoeren, zowel op onze eigen niveau als op grote schaal, zonder te vervallen in het simplistische discours van een wonderoplossing;*
- *door video's uit te zenden.*
- *door middel van traditionele media en concrete politieke daden. Momenteel is het allemaal sporadisch, zelfs marginaal.*
- *Het dient zo vroeg mogelijk te beginnen, met kleinschalige activiteiten in het basisonderwijs en een cursus van misschien 2 uur per week in het algemeen, beroeps- en technisch onderwijs.*
- *praten over klimaatverandering op een positieve manier.*
- *via televisie*
- *via e-mail*
- *via de overheid*
- *een folder/brochure waarin precies wordt uitgelegd wat klimaatverandering is, wat de oorzaken en gevolgen ervan zijn en wat we kunnen doen om een bijdrage te leveren.*
- *Via online banners, en die moeten geen beroep doen op dik betaalde deskundigen die sowieso een verkooppraatje houden, maar op jonge mensen die zich echt inzetten.*
- *Via tv of sociale media met een video, zodat je niets hoeft te lezen maar kunt luisteren en beelden kunt zien. Visuele dingen worden beter onthouden*

Aanbevelingen voor NEETs

- Gepopulariseerde toespraken houden die het verband laten zien tussen oorzaken, gevolgen en mogelijke oplossingen, die concrete acties blootleggen.
- Communicatie uitwerken op visuele dragers die in hun dagelijks leven aanwezig zijn (placemats in cafés, bushalte, cornflakesdoos, boodschap op bustickets...) omdat de informatie hen moet bereiken op een andere manier dan digitaal.
- De toegang tot opleidingen gericht op transitieberoepen vooropstellen.
- Financiële prikkels gebruiken om milieuvriendelijk gedrag te stimuleren (kortingen, vouchers, subsidies, lokale munten, ...)
- De communicatie doortrekken naar de hele familiekring (ouders, grootouders, ...) om het onderwerp onder de aandacht van de gezinnen te brengen en een dynamiek van dagelijkse gedachtewisselingen op gang te brengen.

De Supergeëngageerden voor het klimaat: de ontgoochelde realisten¹⁹



Wat is hun profiel?

In tegenstelling tot wat blijkt uit andere studies waarin vrouwen vaak meer geëngageerd zijn (zelfs op logistiek niveau, Ersoni *et al.*, 2022), behoren tot de Supergeëngageerden in deze studie niet alleen maar vrouwen (64% tegen 59% voor de rest van de bevolking) en wonen ze niet bijzonder meer in dichtbevolkte steden (46% tegen 41% voor de rest van de bevolking): geen van beide verschillen is significant in vergelijking met de rest van de steekproef. Anderzijds onderscheidt deze groep zich door vier andere interessante variabelen: de Supergeëngageerden zijn hoofdzakelijk jongeren tussen 19 en 24 jaar (80%), met een hoger opleidingsniveau (79% hoger onderwijs) dan de rest van de bevolking (62%). Het diploma van hun moeder is ook veel hoger (81%) dan dat van de moeder bij de andere respondenten (65%). Ten slotte is deze bevolkingsgroep veel welvarender dan de andere *personae*: 87% van de Supergeëngageerden meent goed te kunnen leven van het gezinsinkomen (tegenover 69% voor de rest van de bevolking).

De Supergeëngageerden vormen een bijzondere groep omdat zij de 'goede leerlingen' van het klimaat zijn en tevens goede leerlingen van de enquête. Zij proberen in weerwil van zichzelf (of niet) datgene te antwoorden wat van hen verwacht wordt of wat zij denken dat het juiste antwoord op onze vragen is. Met dit methodologisch aspect moet dus rekening worden gehouden bij de interpretatie van de onderstaande antwoorden.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

Het engagement is de doorslaggevende eigenschap, dus we zullen niet terugkomen op de engagementsvariabelen die wegens hun grote belang deze groep mogelijk hebben gedefinieerd. De variabelen "gering effect van CO₂" en "overdreven ernst", die niet werden gebruikt om deze *persona* te definiëren, zijn echter ook significant en bevestigen dat deze *persona* de ernst van het verschijnsel (11%) en de causaliteit van CO₂ (10%) minder in twijfel trekt dan de rest van de bevolking (respectievelijk 14% en 13%).

Hoe staat het met hun emoties?

De Supergeëngageerden zijn de *meest ontgoochelde persona* in deze studie. Niet alleen denken ze dat hun leven slechter zal zijn dan dat van hun ouders (62% tegen 38% voor de andere respondenten), maar ze denken ook meer dan anderen dat de klimaatverandering niet te stoppen is (40% tegen 25%), dat de klimaatverandering hun manier

¹⁹ De variabelen die werden gebruikt om deze groep te definiëren waren "Weet jij wat een "ecologische voetafdruk" is? (Ecologische_Voetafdruk); "Zijn er zaken die je doet in jouw leven om jouw ecologische voetafdruk te verkleinen? (Ecologische_Voetafdruk_Reductie); alle "Actie"-variabelen behalve de variabelen "Ik let op mijn gebruik van elektronische apparaten" (Actie_verbruik_apparaten_elektronisch) en "Ik let op mijn verwarmingsverbruik" (Actie_verbruik_verwarming); en ten slotte de variabelen "Heb je ooit deelgenomen aan een klimaatprotest" (Protest_Klimaat) en "Heb je ooit deelgenomen aan een klimaatgerelateerd project (op school, bij de jeugdbeweging, bij een vzw of coöperatief, bij een politieke partij, ...)" (Project_Klimaat).

van leven zal beïnvloeden (97% tegen 70%), en zelfs dat ze geen werk zullen vinden (17% tegen 12%). De Supergeëngageerden zijn ook realistischer dan anderen over de mogelijkheid om oplossingen te vinden teneinde de gevolgen van de klimaatverandering te beperken (87% tegen 75%). Ten slotte vertoont deze groep een hoge mate van significantie wat de angstvariabele betreft. 96% van hen maakt zich zorgen over de klimaatverandering (tegenover 65% voor de rest van de bevolking).

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

De Supergeëngageerden vinden zichzelf meer verantwoordelijk en capabel om op te treden tegen klimaatverandering. 97% van hen vindt dat zij een rol te spelen hebben in de ecologische transitie (tegenover 67% voor de rest van de bevolking) en 73% vindt zelfs dat zij een grotere rol hebben in deze transitie dan hun leeftijdsgenoten (59% voor de rest van de bevolking).

Veel variabelen met betrekking tot de externe verantwoordelijkheid voor klimaatverandering zijn significant voor deze groep. Zo geloven meer Supergeëngageerde mensen dat staten (89% vs. 72%), bedrijven (99% vs. 84%), rijkere individuen (83% vs. 58%) en voorgaande generaties (70% vs. 63%) verantwoordelijk zijn voor de klimaatverandering.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

De Supergeëngageerden hebben zeer specifieke communicatiemethoden. Deze *persona* houdt meer van kranten en tijdschriften (44% vs. 28%), onafhankelijke websites en blogs (53% vs. 30%), televisiejournalen (71% vs. 49%), traditionele online persartikels (53% vs. 43%) en opiniestukken (64% vs. 31%) dan andere *personae*. Ze zijn meer op hun gemak met grafieken en cijfers (86%) dan andere respondenten (57%). Ten slotte worden ze meer aangetrokken door lange video's, reportages en documentaires over klimaatverandering (86% tegen 56%), terwijl de andere *personae* zich meer aangetrokken voelen door korte formats. Dit komt overeen met de meer specifieke informatieconsumptiepraktijken van de meest opgeleide personen.

Ze zeggen ook meer gewend te zijn dit onderwerp met hun vrienden en familie te bespreken (74% tegen 58%). En hoewel hun praktijken op sociale netwerken in het algemeen niet erg significant zijn, aangezien zij meer traditionele informatiepraktijken hanteren, zijn die welke betrekking hebben op hun vrienden en familie dat wel. De Supergeëngageerden zijn gevoeliger voor oproepen (boycot, steun, ...) en voor publicaties van vrienden op sociale netwerken (respectievelijk 76% en 57%) dan de rest van de ondervraagde bevolking (respectievelijk 39% en 37%). Dit is niet erg verrassend, aangezien hun sociale omgeving hen in staat stelt, betrokken en bewust te zijn van klimaatverandering.

Ten slotte zijn de Supergeëngageerden de *persona* die de deskundigen volledig steunt. 96% houdt rekening met hen in hun denkwijze (tegenover 60%), 79% vindt hen super interessant (tegenover 47%), 63% vindt dat zij niet te veel aan het woord komen (tegenover 17%) en 83% vindt hun manier van spreken niet te ingewikkeld (tegenover 44%). Zoals verwacht voelen de Supergeëngageerden zich goed geïnformeerd over de oorzaken (81%), gevolgen (85%) en manieren om klimaatverandering te bestrijden (80%) (tegen respectievelijk 49%, 53% en 39%).

Wat zijn hun middelen tot actie?

De Supergeëngageerden zijn reeds actief, dus de instrumenten voor engagement zijn voor deze groep minder relevant. Zij zijn echter meer dan de rest van de bevolking (34%) van mening dat hun onafhankelijkheid (financieel, logistiek, ...) van hun familie hen actiever maakt voor het klimaat (54%). De andere belangrijke drijfveer voor deze groep is uiteraard de invloed van hun omgeving. Voor alle groepsgenoten is deze invloed aanzienlijk: de familie (71% tegen 52%), leraren (66% tegen 41%) en vrienden (71% tegen 45%).

Conclusies over de Supergeëngageerden

De Supergeëngageerden zijn meestal jongvolwassenen: jongeren zijn vaker geëngageerd wanneer zij het huis verlaten en geconfronteerd worden met hun onafhankelijkheid (vooral op het gebied van consumptie en uitgaven). Ze hebben zelf meestal een hoog opleidingsniveau bereikt en komen vaker uit een gezin met een hoog opleidingsniveau. Ze zeggen ook dat ze comfortabeler leven dan de rest van de ondervraagde bevolking.

Ze halen hun informatie uit verschillende bronnen (traditionele pers, televisienieuws, deskundigen, ...). Ze zijn de 'goede klimaatstudenten', die meer dan anderen geraakt worden door lange documentaires over klimaatverandering en door de grafieken en cijfers die de anderen afschrikken. Aangezien ze meer en beter geïnformeerd zijn, is hun kennis van de oorzaken, gevolgen en oplossingen van de klimaatverandering realistischer dan die van de rest van de bevolking. Maakt deze grotere kennis van zaken hen ook defaitistischer? Ter herinnering: ze zijn talrijker dan andere groepen om te denken dat de klimaatverandering niet te stoppen is, dat de klimaatverandering hun manier van leven zal beïnvloeden en dat hun leven daarom slechter zal zijn dan dat van hun ouders.

De relatie die de Supergeëngageerden hebben met anderen is heel belangrijk. Het is ongetwijfeld omdat zij het gedrag van anderen onder de loep nemen, dat ze hen gemakkelijker beschuldigen (de staat, bedrijven, ...). Maar het is ook deze relatie met anderen die hen meer geneigd maakt om dit onderwerp met hun naasten te bespreken; en dit is ook een eigenschap van bevolkingsgroepen met een hoger opleidingsniveau. Vrienden, familie, school... kunnen hen allemaal motiveren om te handelen of te denken.

De analyse van hun vrijblijvende opmerkingen maakt het mogelijk hun denken en hun argumenten te verfijnen. Uit deze analyse blijkt dat deze *persona* wil dat het klimaatprobleem op een meer transversale manier wordt behandeld in de samenleving:

- *Informatie is dermate belangrijk dat het OVERAL te vinden moet zijn. De traditionele media besteden te weinig tijd, artikelen of video's aan klimaatverandering. Dit moet veranderen. De enige mensen die hun werk doen zijn de klimaatactivisten (Adelaide Charlier, JP van Ypersele, Lucie Morauw, Peter Kalmus, François Gemenne, enz). Zij zijn mijn belangrijkste bron van informatie. Informatie moet op grotere schaal worden verspreid, via alle mogelijke kanalen, om iedereen ten allen tijde te bereiken. Onze toekomst hangt ervan af.*
- *Ik zou graag politici aan het woord zien in de media, in toespraken. Ik zou ook graag voorlichtingsprogramma's zien zodat iedereen begrijpt dat dit een wereldwijde rampsituatie is en dat het niet alleen gaat om het stemmen op een politieke partij.*
- *Laten we verder werken aan deze belangrijke zaken. Er is een enorme noodzaak. Onze communicatieacties zijn nog niet op peil*
- *Ik denk dat we van klimaatbewustzijn een verplichting moeten maken. Bied mensen geen informatie aan, maar dwing hen die informatie te pakken.*
- *Ik zou graag willen dat er meer over de klimaatverandering wordt verteld (zowel aan mij als aan jongeren en ouderen). Ik denk dat dit mensen het meest motiveert om zich in te zetten, omdat ze inspirerende wegen zien en beseffen dat je concrete actie kunt ondernemen om het systeem te veranderen.*
- *Deze boodschap zou veel meer moeten worden overgebracht (in de vorm van discussie, debat, voorlichting) in het onderwijs (zowel lager als hoger). De overheid zou dan veel meer maatregelen moeten nemen om de bevolking bewust te maken, maar ook om de bevolking tot actie aan te zetten (snelheid op de snelweg verlagen, belastingen op vliegtuigen verhogen, het gebruik van warmtepompen aanmoedigen, de infrastructuur voor fietsen en openbaar vervoer uitbreiden, ...) en om coherente beslissingen op grotere schaal te nemen (de afgifte van vergunningen voor wind-/zonneturbinen versnellen/faciliteren, het volume van installaties voor hernieuwbare energie vergroten, kerncentrales die nog kunnen worden uitgebreid niet*

ontmantelen, de industrie aanmoedigen om te elektrificeren, niet langer investeren in fossiele brandstoffen, ...)

- *Via een veilige plek waar we onze vragen zouden kunnen stellen, de gedachtegang over het onderwerp zouden kunnen verdiepen, mogelijkheden voor engagement zouden kunnen vinden...*
- *Op een schematische manier (zoals het Klimaatfresco) en op globale wijze met de verschillende oplossingen (individuele en structurele) gerangschikt naar impact en vergezeld van concrete en beknopte instrumenten om deze elementen te bevorderen (zoals bijvoorbeeld het plan van Jeancovici). Hiervoor zou een fysieke of online opleiding nodig zijn, die gratis, makkelijk toegankelijk en doelgericht is. Je kunt de basis wel blijven herhalen, maar er niet te lang bij stilstaan (anders kom je nergens).*

Aanbevelingen voor de Supergeëngageerden

- Communiceren over de positieve perspectieven van klimaatkwesities (successen, vorderingen, projecten, ...) en de communicatie over catastrofes beperken om hun optimisme te vergroten.
- Deze groep in staat stellen 'ambassadeurs van de zaak' te worden, 'rolmodellen', steunpunten op het terrein, voorzien van informatieve instrumenten die aangepast zijn aan de diversiteit van de jongerenprofielen.
- Deze groep meer interactie bieden door hun betrokkenheid bij media aan te moedigen (bv. participatieve media), om de bidirectionaliteit in de zeer eenzijdige communicatiestroom te herstellen.
- Deze *persona*-groep meer macht geven door hen te betrekken bij participatieve organen zoals het jeugdforum, het jeugdparlement, ... en door meer banden te creëren met bevolkingsgroepen die over meer actievermogen beschikken (politici, bedrijven, deskundigen, ...).

De Sweet Sixteens: weinig geïnformeerd, weinig betrokken²⁰



Wat is hun profiel?

De jongste deelnemers aan ons onderzoek (de groep van 15-16 jaar) werden samengevoegd omdat zij gemeenschappelijke kenmerken hebben die ouderen niet of nauwelijks hebben. Het zijn jongeren uit minder dichtbevolkte steden (71% woont in steden met minder dan 900 inwoners), die voornamelijk ASO volgen, 55% vrouw en 45% man. Hun relatie met geld staat nog niet vast omdat slechts weinigen van hen al werken, hetgeen waarschijnlijk de reden is waarom in deze groep geen significantie wordt vastgesteld op de vraag naar het ervaren inkomen. Anderzijds onderscheiden zij zich door het hoge opleidingsniveau van hun moeder. 78% van hen heeft een moeder met meer dan een diploma secundair onderwijs (tegenover 65% voor de rest van de bevolking). Dit verschijnsel kan waarschijnlijk worden verklaard door het feit dat de opleidingspraktijken van vrouwen in de loop van de tijd toenemen, dus hoe jonger de respondenten zijn, hoe beter de afstudeerscore van de moeder.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

Het klimaatengagement van de Sweet Sixteens springt er niet bijzonder uit. Ze zijn te jong om aan een klimaatmars te hebben deelgenomen (12% vs. 36%) en minder mensen begrijpen de term ecologische voetafdruk (59% vs. 69%). Ook zijn zij niet erg betrokken bij het nemen van individuele initiatieven om hun voetafdruk te verkleinen (76% tegenover 83% voor de rest van de respondenten). Het is inderdaad moeilijker om actie te ondernemen in gezinsverband, waar beslissingen meestal door andere leden worden genomen. Onder degenen die zich individueel inzetten, springt geen enkele actie eruit, behalve op het gebied van elektriciteitsverbruik. 46% van de Sweet Sixteens verklaart namelijk dat zij niet op hun verbruik letten, vooral niet bij elektronische toestellen (tegenover 28% voor de rest van de bevolking). Dit is ook een *persona* dat, vanwege zijn of haar interesses en de uitdagingen van zijn of haar leeftijd, minder gesprekken over het klimaat voert met zijn of haar omgeving (43% tegen 57%). Ten slotte menen zij dat de ernst van de veranderingen niet is overdreven en dat de CO₂-uitstoot geen significant effect heeft op het klimaat. Ze zijn niet bijzonder betrokken bij deze kwesties.

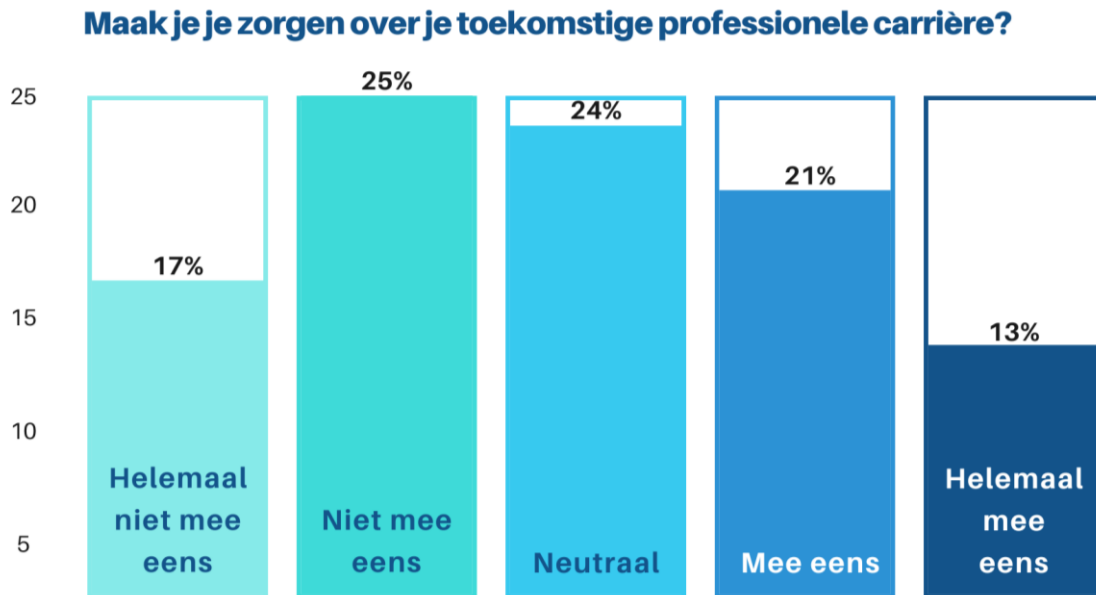
Hoe staat het met hun emoties?

Sweet Sixteens zijn niet pessimistisch. Zij denken vaker dan de rest van de respondenten dat hun leven beter zal zijn dan dat van hun ouders (81% tegen 75%). Zij geloven ook vaker dat de klimaatverandering kan worden gestopt (55% tegen 52%), hoewel zij net als de rest van de groep erkennen dat de klimaatverandering hun levensstijl zal beïnvloeden (62% tegen 73%).

Op de vraag hoe bezorgd zij zijn over de gevolgen van de klimaatverandering voor hun toekomstige professionele carrière, geven zij zeer uiteenlopende antwoorden (figuur 50). Zij maken zich minder zorgen dan de rest van de respondenten (17% tegenover 13%). Dit patroon komt ook tot uiting in de antwoorden op de vraag *Maak je je*

²⁰ De variabele die werd gebruikt om deze groep te definiëren was "Hoe oud ben je ?" (Leeftijd).

zorgen over de klimaatverandering? Deze *persona* is divers in haar antwoorden, wat betekent dat zij noch meer bezorgd, noch minder bezorgd is dan de rest van de ondervraagde bevolking.



Figuur 53. Verdeling van de antwoorden op de vraag "Maak je je zorgen over je toekomstige professionele carrière?" onder de bevolking tussen 15-16 jaar.

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

De Sweet Sixteens vallen nauwelijks op wat betreft hun opvattingen over de verantwoordelijkheid voor klimaatverandering. Op individueel niveau vindt een meerderheid dat zij een rol te spelen hebben in de ecologische transitie (70%), dat zij dezelfde kansen hebben als anderen van hun leeftijd om een plaats voor zichzelf in de samenleving in te nemen (65%) en in de ecologische transitie (61%). Maar deze resultaten zijn niet significant, wat betekent dat deze *persona* gewoon de trend volgt van de rest van de bevolking.

Op collectief niveau is er sprake van een identieke tendens. Ze leggen met een kleine meerderheid de verantwoordelijkheid bij staten, bedrijven, voorgaande generaties..., net als de andere respondenten in het onderzoek. Het enige punt waarop deze jongere populatie zich onderscheidt, is de toewijzing van verantwoordelijkheid aan de rijkere bevolkingsgroepen. De Sweet Sixteens zijn inderdaad meer geneigd (21%) dan de rest van de bevolking (14%) om de verantwoordelijkheid voor de klimaatverandering niet toe te schrijven aan de rijkste individuen.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

Als het op communicatie aankomt, zijn de Sweet Sixteens een groep waarvan een originaliteit verwacht wordt. Deze *persona* valt namelijk op door een geringer gebruik van kranten en papieren tijdschriften (62% vs. 52%) en onafhankelijke websites (61% vs. 46%), evenals door een intensiever gebruik van online videoplatforms (71% vs. 55%), een informatiebron die de jongste respondenten interessanter vinden als het gaat om het klimaat (43%) dan de rest van de respondenten (40%). Ook vinden meer jongeren (17% tegen 13%) dat sociale netwerken geen belangrijkere bron van nepnieuws zijn.

De Sweet Sixteens denken ook dat zij meer (75%) dan andere respondenten (63%) getroffen worden door de schokkende beelden die over klimaatverandering circuleren. Daarentegen voelen zij zich minder aangesproken door lange video's met uitleg (31% voelt zich niet aangesproken door dit communicatiemiddel, tegenover 19% van

de rest van de respondenten), tv-programma's (40% tegenover 21%), wetenschappelijke grafieken en cijfers (27% tegenover 18%) en traditionele persartikelen (32% tegenover 24%).

Deze *persona* heeft geen uitgesproken mening over deskundigen, behalve dat men er minder rekening mee houdt in het denken (56%) dan andere *personae* (64%).

Bijgevolg voelt deze *persona* zich onvoldoende geïnformeerd over klimaatverandering (43% tegenover 31% voor de andere respondenten).

Wat zijn hun middelen tot actie?

Helaas zijn er geen bijzonder significante actiemiddelen voor deze *persona*. Wij zullen daarom zoeken naar aanknopingspunten in de vrijblijvende opmerkingen.

In de eerste plaats blijkt uit deze opmerkingen dat de problematiek op een andere manier moet worden aangepakt door scholen:

- *Ik zou graag willen dat er op school veel meer over wordt gesproken: bijvoorbeeld een conferentie op school met een of meer deskundigen (uitleg over: oorzaak, nabije en verre gevolgen, oplossing op korte termijn, oplossing op lange termijn zodanig dat we ALLEMAAL kunnen ingrijpen).*
- *Ik zou graag meer sensibiliserende activiteiten op school zien, zoals conferenties, video's, ..., minstens één per semester, en activiteiten die ons tonen dat het niet zo ingewikkeld is en dat we met kleine acties veel kunnen veranderen.*
- *Op middelbare scholen zouden we tijdens de lessen aardrijkskunde bijvoorbeeld meer kunnen praten over gevolgen en oorzaken. Dit zou ons een goed idee geven van wat er aan de hand is.*

Ten tweede moeten de Sweet Sixteens gemakkelijker toegang krijgen tot informatie en dus moet die informatie gepopulariseerd worden:

- *Niet met ingewikkelde woorden, zoals politici dat doen, waardoor niemand iets begrijpt, maar door het te populariseren.*
- *Ik vind dat deskundigen op televisie veel te veel aan het woord komen en in zeer specifieke termen uitleg geven die veel mensen niet kunnen begrijpen. Ik denk dat we meer spreektaal moeten gebruiken en er veel meer over moeten praten.*
- *Ik vind ook dat er bewustmakingscampagnes moeten worden gehouden op plaatsen waar jongeren komen, zoals scholen of elders.*

Ten derde hebben de jongsten nood aan een demonstratie van de mogelijke acties en aan een voorstelling van de mogelijke gevolgen van hun acties:

- *Ik zou willen dat de oorzaken en gevolgen van dit verschijnsel beter aan ons worden uitgelegd evenals de maatregelen die we moeten nemen om ze aan te pakken.*
- *Als ik de kans zou krijgen (zoals lessen op school, verplichte schoolse of buitenschoolse activiteiten/interessante projecten, niet zoals wereldwaterdag/buitenlesdag/eet lokaal/...) om actie te ondernemen door mij DUIDELIJK te informeren hoe het op mijn niveau moet en om welke redenen en met welke resultaten, zou het **een win-winsituatie** zijn!*
- *Ik zou graag willen weten wat voor impact één van mijn acties kan hebben...*
- *Ik zou graag willen dat er meer wordt verteld over wat we kunnen doen voor het klimaat. We zijn niet genoeg geïnformeerd over onze eigen impact op het klimaat.*
- *Ik wil graag dat iemand mij uitlegt wat ik zelf kan doen om mijn ecologische voetafdruk te verminderen. Ik zou het liefst meer voordelen van onze acties willen zien en niet alleen schokkende beelden zonder context.*

Ten slotte bevestigen zij hun voorliefde voor visuele informatie, maar niet om het even welke type:

- *Sociale netwerken: vooral TikTok en YouTube*
- *Anders zijn korte video's op insta en YouTube ook wel cool!*
- *Op een eenvoudige maar impactvolle manier. Ik verveel me als ik naar een filmpje van 1 uur kijk met mensen die alleen maar praten. Ik zie liever kortere video's die voldoende zeggen zonder al te complex te zijn.*
- *Met korte video's, diagrammen, visuele hulpmiddelen...*

Conclusies over de Sweet Sixteens

Deze bijzonder jonge mensen ondernemen geen significante acties op individueel niveau om hun voetafdruk te verkleinen. De respondenten in deze studie letten in het algemeen niet echt op hun verbruik, en in het bijzonder niet op het verbruik van elektrische toestellen. Hoewel wij weten dat in familiekring beslissingen meestal door andere leden worden genomen, mogen wij de mogelijke invloed van kinderen op ouders niet verwaarlozen (zie bv. het effect van reclame gericht op kinderen op de aankopen van ouders in de supermarkt). Dit is het concept van *omgekeerde socialisatie* (Ekström, 2007; Gollety, 1999). Hoewel in de meeste weergaven van ouder-kindsocialisatie het kind van de ouders leert, kunnen deze rollen minder gedifferentieerd zijn en zelfs worden omgekeerd (Peters, 1985). Vandaar het belang om ook bij de jongste kinderen instrumenten te activeren.

Het is geen mythe dat er een verschil is tussen de oudere en de jongere leden van de geïnterviewde groep wat betreft de manieren om informatie te verkrijgen. Met een communicatiecampagne gebaseerd op TikTok of Instagram bereiken we waarschijnlijk alle jongeren, maar we zullen de jongsten onder hen nog meer bereiken. Maar omdat zij ook het minst betrokken, het minst bewust en vooral het minst handelingsbekwaam zijn, moet de inhoud die op de sociale netwerken wordt gepubliceerd, worden aangepast.

De Sweet Sixteens zijn ook niet bezorgd over hun toekomst, ze zijn eigenlijk vrij optimistisch over het leven dat ze later zullen hebben, in vergelijking met hun ouders.

Zij zijn niet alerter op de risico's van klimaatverandering dan de rest van de bevolking, en in feite is het geen onderwerp dat ze veel bespreken met hun omgeving. Ze denken dat ze minder weten over hoe de klimaatverandering moet worden bestreden, maar ze zijn niet klimaatsceptischer dan ouderen.

Naar eigen zeggen zijn zij niet ongeïnteresseerd in het klimaat, maar zouden ze graag aan de hand van popularisering meer inzicht krijgen in wat zij voor het klimaat zouden kunnen doen en tevens de directe gevolgen van hun individuele acties kunnen begrijpen.

Aanbevelingen voor de Sweet Sixteens

- De gepopulariseerde communicatie concentreren op de basisbeginselen van de ecologie (oorzaken, manieren om zich in te zetten, ...) om verwarring en misverstanden te verminderen.
- Massaal communiceren via de sociale netwerken die door de jongsten worden gebruikt (voorlopig TikTok en Instagram, maar vaak opnieuw te controleren) en influencers mobiliseren om de aandacht van de 'verstrooiden' te trekken.
- De lerarenopleiding, vanaf de kleuterschool, versterken in inhoud en pedagogie met betrekking tot de ecologische transitie, en deze inhoud, met de juiste pedagogische methoden, integreren in alle vakken die worden onderwezen.
- Deze groep laten zien dat zij de kracht hebben om te handelen (een gevoel van persoonlijke doeltreffendheid aanmoedigen) ondanks hun afhankelijkheid van het gezin, door hen eenvoudige acties te laten zien die zij op individueel niveau kunnen uitvoeren.

- Een gids voor ouders opstellen over geschikte manieren om met adolescenten over klimaatverandering te communiceren.

De Klimaatbevreesden: overgeïnformeerd over het klimaat²¹



Wat is hun profiel?

Aangezien eco-angst centraal staat in de huidige bezorgdheid, is de profielbeschrijving van deze *persona* van cruciaal belang. 74% van de Klimaatbevreesden zijn ouder dan 19 jaar. Er kan echter moeilijk worden geconcludeerd dat zij over het algemeen ouder zijn, aangezien in de vorige *persona* de 15- en 16-jarigen van deze groep werden uitgesloten, waardoor de groep kunstmatig wordt 'verouderd'. Het percentage vrouwen (63%) dat als Klimaatbevreesd wordt beschouwd, moet ook worden genuanceerd, aangezien het in werkelijkheid niet significant is (er zijn niet meer vrouwen in deze groep dan in de rest van de ondervraagde bevolking). De Klimaatbevreesden wonen ook niet in steden (39%). Deze *persona* onderscheidt zich door het diploma van de moeder. In tegenstelling tot wat we zagen bij de Supergeëngageerden is er een oververtegenwoordiging van Klimaatbevreesden die een moeder hebben die geen hogere opleiding heeft gevolgd.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

De Klimaatbevreesden ondernemen veel in hun leven om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Slechts 12% vindt dat ze dat niet doen, wat veelzeggend is in vergelijking met de rest van de respondenten (19%). Geen van hun praktijken ten gunste van het klimaat is echter significant, zij volgen de trends van de andere groepen.

Wat deze groep onderscheidt is hun geneigdheid om te praten over de ecologie in hun omgeving. Slechts 8,6% van de Klimaatbevreesde respondenten doet dat namelijk niet (tegenover 22% voor de rest van de groep). Zij denken meer (73%) dan de rest van de bevolking (63%) dat het effect van CO₂ op de klimaatverandering niet gering is en hebben vooral een duidelijker mening over de problematiek. Ze zijn minder 'neutraal' (14%) dan de andere respondenten (22%). Hetzelfde geldt voor de vraag over de overdreven ernst van de klimaatverandering: zij hebben een duidelijke mening (8% neutraal tegenover 18% voor de andere respondenten) en het merendeel van hen vindt dat het helemaal niet overdreven is (57% tegenover 43%). Wat de Klimaatbevreesden onderscheidt van de Supergeëngageerden: zij zijn zich evenzeer bewust van de klimaatverandering, maar zijn in het dagelijks leven minder actief (collectief of individueel) in hun strijd ertegen.

Hoe staat het met hun emoties?

Naast de variabelen die deze groep definieerden, "Optimistische oplossingen", "Bezorgdheid over klimaatverandering" en "Bezorgdheid in verband met werk", waarbij de Klimaatbevreesden allen hoge scores van

²¹ De variabelen die werden gebruikt om deze groep te definiëren waren "Er kunnen oplossingen gevonden worden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken" (Optimisme_Oplossing); "Je maakt je zorgen over de klimaatverandering" (Bezorgdheid_CC); en "Je maakt je zorgen over je toekomstige carrière" (Bezorgdheid_Werk).

zorgen en pessimisme vertoonden, kunnen drie andere variabelen indicatief zijn voor de mate van emotie in deze groep.

Ten eerste, wanneer zij hun toekomstig leven vergelijken met dat van hun ouders, zijn de Klimaatbevreesden veel pessimistischer (57%) dan de rest van de bevolking (36%). Ten tweede zijn zij er meer dan andere respondenten van overtuigd dat de klimaatverandering niet te stoppen is (34% tegen 24% voor de rest van de bevolking). Ten slotte is 44% ervan overtuigd dat de klimaatverandering een algemeen effect op hun levensstijl zal hebben (tegenover 28%).

Aangezien emotie bijzonder centraal staat in de perceptie van de Klimaatbevreesden, is 65% van hen van mening dat de risicoperceptie voor henzelf een zeer goede drijfveer voor actie zou zijn (tegenover 53% voor de rest van de ondervraagde bevolking).

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

Geen enkele individuele verantwoordelijkheidvariabele is significant voor deze groep. De Klimaatbevreesden onderscheiden zich niet met een overdreven verantwoordelijkheid of zelfs schuldgevoel ten opzichte van de klimaatcrisis, zoals men zou kunnen denken.

Anderzijds zijn de Klimaatbevreesden vrij uitzonderlijk in hun aandacht voor de verantwoordelijkheden van anderen. Een groter deel van hen schrijft de verantwoordelijkheid voor de klimaatverandering toe aan staten (84% tegenover 71%), aan bedrijven (91% tegenover 83%), aan de rijkere individuen (71% tegenover 57%) en aan voorgaande generaties (76% tegenover 61%). Wij merken op dat de collectieve verantwoordelijkheidsvariabele (alle mensen) niet significant is (en dat meer mensen het oneens zijn met dit type verantwoordelijkheid).

Wat zijn hun communicatiemethoden?

De Klimaatbevreesden zijn overgeïnformeerd over het klimaat. Ten eerste zijn zij zeer grote liefhebbers van kranten en papieren tijdschriften (35% tegen 28%), traditionele online media (77% tegen 63%), onafhankelijke websites en blogs (40% tegen 29%), lange video's (69% tegen 55%) en andere uitzendingen over klimaatverandering (59% tegen 49%). Zij zijn ook dol op wetenschappelijke grafieken en cijfers (66% tegen 57%). Ze vinden dat de deskundigen niet te veel aan het woord komen (71% vs. 59%), ze vinden hen zelfs superinteressant (60% vs. 47%) en ze zijn het eerder ermee eens dat ze er in hun denken rekening mee houden (76% vs. 60%) dan anderen. Op al deze gebieden vertonen de Klimaatbevreesden zeer vergelijkbare resultaten als de Supergeëngageerden.

Wat de Klimaatbevreesden uniek maakt, is dat zij hun informatie ook via sociale netwerken halen en dat de schokkende beelden van deze netwerken hen aanzienlijk beïnvloeden. Zij vinden sociale netwerken zelfs interessanter als informatiebron dan de traditionele media (41% tegen 38%). Ook schokkende video's (74% tegen 63%) en schokkende beelden (75% tegen 62%) zijn voor hen van groot belang. Wat ten slotte het gebruik van sociale netwerken betreft, zijn zij van mening dat zij beïnvloed worden door aansporingsberichten over het klimaat (52% tegen 39%).

En toch, ondanks deze zeer intensieve praktijk van informatie en communicatie met betrekking tot het klimaat, weet minder dan 40% van hen niet hoe ze de klimaatverandering moeten bestrijden (tegenover 31% van de rest van de ondervraagde bevolking!).

Wat zijn hun middelen tot actie?

Deze groep presenteert zeer relevante resultaten voor het opstellen van aanbevelingen voor hen. De Klimaatbevreesden hebben aanzienlijk gereageerd op bijna alle soorten aansporingen tot betrokkenheid. Eerder zagen we al dat de risicoperceptie een sterke stimulans was voor deze groep, maar dat is niet het enige. Ze zouden

zich ook meer inzetten voor het klimaat als ze minder afhankelijk zouden zijn van hun familie (47% tegen 32%) en als ze advies zouden krijgen over wat ze op hun niveau kunnen doen (71% tegen 57%). Ze zeggen ook dat ze gemotiveerder zouden zijn als ze de resultaten van hun inspanningen concreet konden zien (79% tegen 67%) en als er meer alternatieven waren (biologisch, fairtrade, tweedehands, ...) (80% tegen 65%).

Bij de Klimaatbevreesden hebben we de impact laten zien van de verantwoordelijkheid van de buitenwereld, van anderen. Dit komt ook tot uiting in de vermelde instrumenten. Deze *persona* zou zich meer inzetten voor het klimaat als zijn of haar familie meer betrokken was (67% vs. 40%), als leraren hem of haar meer zouden aanmoedigen (52% vs. 40%), als iedereen verplicht was om meer op te letten (80% vs. 64%) en als politici meer betrokken zouden zijn (88% vs. 69%).

Kortom, voor deze groep staan vele instrumenten voor klimaatactie ter beschikking.

Conclusies voor de Klimaatbevreesden

Het sociodemografische profiel van de Klimaatbevreesden vertelt ons niet echt iets over deze *persona*. Het is veeleer op het niveau van de communicatie dat we veel informatie hebben verzameld. Ze zijn oververtegenwoordigd in bijna alle middelen om zich te informeren over het klimaat (traditionele pers, digitale netwerken, gedachtenwisselingen met leeftijdsgenoten). Zijn ze daarom overgeïnformeerd over het klimaat? Ze zeggen nochtans dat ze nog steeds onvoldoende geïnformeerd zijn over de oorzaken van de klimaatverandering. Anderzijds beseffen zij de gevolgen van de klimaatverandering sterker dan de rest van de bevolking en dat maakt hen ongerust. Is het net deze ongelijkheid tussen informatie over de gevolgen en informatie over de oorzaken die deze angst kan verklaren? Temeer daar wij hebben gezien dat zij zich niet onderscheiden door bepaalde acties ten gunste van het klimaat en zij zelf getuigen van een gebrek aan kennis over hoe de klimaatverandering kan worden afgeremd. Uit dit profiel blijkt heel duidelijk dat het geen zin heeft om **meer** informatie over veranderingen te verstrekken. Mensen moeten niet worden overspoeld met informatie, want dat heeft geen enkel effect op klimaatactie (infobesitas leidt niet tot actie). Wat nodig is, is **andere** informatie.

Laten we ook niet vergeten dat ze de verantwoordelijkheid voor klimaatactie buiten zichzelf leggen: de staat, bedrijven, voorgaande generaties, de rijkere... Maar zij voelen zichzelf niet bijzonder verantwoordelijk, noch individueel noch collectief. Het instrument zou hier waarschijnlijk **empowerment** zijn. Dit wordt bevestigd door de 40% die niet weet hoe de klimaatverandering moet worden bestreden en de 71% die een betere kennis van de middelen als instrument noemt. De Klimaatbevreesden moeten daarom bewust worden gemaakt van hun macht om dingen te veranderen en de middelen om dat te doen.

De analyse van hun vrijblijvende opmerkingen biedt een interessante aanvulling van informatie over deze *persona*. De eerste bijzonderheid van de Klimaatbevreesden is het feit dat velen van hen vrijblijvende opmerkingen hebben geplaatst (50% van hen). Een aantal van hen heeft reeds een getuigenis afgelegd over hun ongerustheid, hun stress, hun verontwaardiging of hun gevoel van onrechtvaardigheid tegenover bepaalde actoren in de samenleving of tegenover het hele systeem:

- *Het is ingewikkeld, deze situatie geeft me veel stress en maakt me erg ongelukkig, het doet me vaak wenen. Daarom zoek ik niet vaak informatie op, of slechts af en toe. Ik denk dat men een gulden middenweg moet vinden. Een andere manier zoeken om mensen te alarmeren die zich niet betrokken voelen, maar vooral voor mensen zoals ik die zich bewust zijn en zich ervoor willen inzetten, vooral concrete oplossingen voorstellen, uitleggen en objectiveren (lobby...). Duidelijk maken wanneer dingen verbeteren. Er is veel paniekzaaijerij en slechte dingen geven je gewoon minder zin om te leven, je voelt je onbekwaam om iets te doen.*
- *We moeten te horen krijgen waarom en hoe grote bedrijven zoveel vervuilen in plaats van alle lasten bij de bevolking te leggen (die ook zijn aandeel heeft) terwijl het echte grote probleem bij de grote bedrijven ligt.*

- *Door me uit te leggen dat multinationals de belangrijkste boosdoeners zijn van de klimaatopwarming en dat we, om te voorkomen dat wij arme mensen onze levenswijze moeten veranderen, concrete maatregelen moeten nemen tegen hun vervuiling.*
- *Ik wil niet dat ze er tegen mij over praten, ik wil dat er gesproken wordt met de politici, de grote bedrijven... Zij zijn verantwoordelijk voor het overgrote deel van de broeikasgassen die in de atmosfeer vrijkomen en voor de andere plagen die de planeet vernietigen. Wij kunnen op ons niveau ingrijpen, maar het zal nooit genoeg zijn als het beleid niet verandert!*
- *Het kapitalistische systeem zit vast, wat we ook doen, we zullen uiteindelijk alle fossiele brandstoffen die de aarde heeft, verbranden en alles wat er te halen valt, uit de grond halen. Verdere gradaties zijn onvermijdelijk, bereid je voor op het ergste, leef in overeenstemming met jezelf en je waarden en maak van het leven iets moois in afwachting van de ondergang en het nieuwe systeem.*

Veel van de Klimaatbevreesden stelden ook concrete oplossingen voor die hen zouden motiveren:

- *Een app waar je tips kunt vinden om je ecologische voetafdruk te verkleinen, waar je de oorzaken en gevolgen van klimaatverandering kunt vinden, waar mensen zelf tips kunnen posten en kunnen uitleggen hoe zij naar de klimaatverandering kijken.*
- *Fietssnelwegen en belangrijke fietsroutes bevorderen. De structuur van supermarkten veranderen, waarbij milieuvriendelijke producten meer aandacht krijgen en minder milieuvriendelijke producten op de achtergrond verdwijnen. Alle belangrijke plaatsen veel beter bereikbaar maken met het openbaar vervoer, de fiets en te voet. Minder grote winkelcentra bouwen en minder grote parkeerplaatsen hebben bij de ingang van steden.*
- *Ik zou graag de dagelijkse ontwikkelingen in de wereld willen volgen. De nieuwe rampen die zich hebben voorgedaan, maar ook de oplossingen en ontdekkingen die de situatie kunnen verbeteren*
- *Onbewust beter geïnformeerd worden. Een platform waar informatie gemakkelijk kan worden gevonden, door iedereen kan worden begrepen en waar niet hoeft te worden gecontroleerd of het artikel correcte informatie bevat.*
- *Via gratis online webinars (door instellingen van hoger onderwijs), georganiseerd door en voor studenten, met deskundigen en getuigenissen.*
- *Op een minder saaie manier, misschien een beurs voor kinderen waar ze spelletjes kunnen spelen en interessante informatie krijgen.*
- *We moeten de jongeren in het algemeen bewust maken van de gevolgen die hen nu al treffen (perioden van toenemende droogte hier in België of zelfs hevige regenval). Door concrete voorbeelden te hebben zal de mentaliteit veranderen.*
- *Door te praten over de oplossingen die moeten worden ingevoerd, waarbij een positieve visie op de toekomst en de mogelijkheden niet uit het oog mag worden verloren!*
- *Ik zou alleen willen dat het overal aanwezig is, op alle platforms, elke dag, op een vreedzame en welwillende manier (niet agressief door anderen een schuldgevoel aan te praten).*
- *In de huidige situatie is het van belang de mogelijke middelen ("wat kan worden gedaan") af te wegen en snel concrete acties te ondernemen. Er is heel veel dialoog, maar uiteindelijk weinig actie, of zelfs volkomen zinloze actie...*
- *Sensibilisering is niet genoeg, opdat mensen in actie schieten, hebben we meer concrete ideeën nodig om doeltreffend tegen klimaatverandering op te treden. We moeten mensen concrete acties laten ondernemen en hen de voordelen laten inzien. Mensen zijn ongeduldig en moeten de positieve effecten van hun inspanningen kunnen waarnemen om die vol te houden.*
- *Terugkeren naar het concrete en essentiële: ons precies vertellen wat we moeten doen, maar bovenal aantonen welk effect deze gedragswijziging zal hebben. Omdat we op dit moment niet echt de indruk hebben positieve of negatieve effecten te ondervinden.*

- *Met meer hoop voor de toekomst en meer reële verbintenissen die we op ons niveau kunnen aangaan in plaats van altijd een alarmerende en deprimerende toespraak.*

Aanbevelingen voor de Klimaatbevreesden

- De empowerment van deze groep vergroten door hen te helpen hun kennisniveau te beoordelen (bv. via een quiz, met behulp van de Sulitest...).
- De angst van deze persona verlichten door hun aandacht te verleggen van de gevolgen naar de middelen om actie te ondernemen (bv. door hun gemeenschapszin te vergroten: externalisering aanmoedigen).
- Hen modellen geven van gelukkige nuchterheid (alternatieven voor het conventionele leven die hoop geven), ongeacht het informatiekanaal, aangezien zij zeer goed geïnformeerd zijn.
- De leden van deze groep die bijzonder angstig zijn een opleiding in emotionele regulering van eco-angst aanbieden (bv. zelfhulpgroepen).

De Klimaatoptimisten: welgesteld, hoogopgeleid, actief voor het klimaat²²



Wat is hun profiel?

De Klimaatoptimisten zijn jonge mannen en vrouwen die zowel in de stad als op het platteland wonen. Geen van deze twee variabelen is significant. Al deze groepen worden in gelijke mate door optimisme getroffen. Het bijzondere is dat het gaat om jongeren die momenteel hoger onderwijs volgen (80% tegen 57%) en van wie de moeder ook een hogere opleiding heeft genoten (73%) dan de rest van de bevolking (64%). 81% van de respondenten in deze groep vindt dat zij met het inkomen van hun gezin goed kunnen leven, wat hen onderscheidt van anderen (66%). Ze hebben het daarom vrij comfortabel, en ze hebben toekomstperspectieven.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

De *persona* Klimaatoptimisten zijn ook bijzonder in hun praktische en theoretische inzet voor het klimaat. Net als andere groepen ontkennen zij namelijk grotendeels het geringe effect van CO₂ op de klimaatverandering (83% tegen 61%) en betwisten zij bijna volledig de overdreven ernst van deze veranderingen (85% tegen 66%).

Zij vinden dat zij zich op een praktische manier inzetten voor het klimaat (89% vs. 81%). We zien inderdaad dat 95% van deze *persona* hun afval sorteren (vs. 88%) en dat 96% erop let het licht uit te doen (vs. 89%). Er is echter meer terughoudendheid van hun kant ten aanzien van bepaalde comfortkwesities waarbij ecologische actie in conflict kan komen met andere waarden. Zo zijn zij minder dan de andere groepen voorzichtig met hun kledingconsumptie (51% tegen 61%) en hun gebruik van huishoudapparaten (32% tegen 45%), en kopen zij minder tweedehands dan de rest van de bevolking (39% tegen 50%).

Hoe staat het met hun emoties?

Wij hebben deze groep gedefinieerd aan de hand van twee variabelen. De groep Klimaatoptimisten verwacht een positieve toekomst. Laten we eens kijken naar de details van hun emoties. Allereerst versterken drie andere variabelen betreffende het optimisme de *persona*. 81% (tegen 69%) denkt dat de strijd tegen de klimaatverandering een positief effect kan hebben in België (en zij spreken zich vaker uit op deze vraag: ze zijn minder neutraal dan de algemene bevolking: 16% tegen 22%). 75% is het er ook volledig niet mee eens dat klimaatverandering hen zal beletten werk te vinden (tegenover 51%). Ten slotte is hun optimisme ook gebaseerd op een vergelijking met hun familie. Slechts 31% (tegenover 43%) van de Klimaatoptimisten denkt dat hun leven slechter zal zijn dan dat van hun ouders. Bovendien hebben zij vaak genuanceerde meningen over klimaatkwesities. Zij zeggen bijvoorbeeld dat zij zich zorgen maken over het klimaat, maar zij hebben geen extreme meningen over de kwestie. Slechts 23% van de Klimaatoptimisten is "zeer bezorgd" of "helemaal niet bezorgd", tegenover 36% van de rest van de bevolking.

²² De variabelen om deze groep te definiëren zijn "Er kunnen oplossingen gevonden worden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken" (Optimisme_Oplossing) en "Klimaatverandering kan worden gestopt" (Stop_CC).

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

De Klimaatoptimisten voelen zich betrokken bij de klimaatzaak, wat minder het geval is voor de andere respondenten (66%). 79% van hen denkt een belangrijke rol te kunnen spelen in de ecologische transitie, wat opnieuw vrij optimistisch en positief is, voor zover deze empowerment een sleutel is voor hun toekomst.

Dit belet hen niet om ook de verantwoordelijkheid van staten (85% tegen 70%), bedrijven (93,5% tegen 82%) en zelfs alle mensen (75% tegen 61%) in de klimaatsituatie te erkennen. Een kleiner aantal mensen (18% tegen 26%) gelooft ook dat de huidige situatie gewoon het resultaat is van de spontane evolutie van de natuur. De verantwoordelijkheid van de rijkste individuen blijkt in de antwoorden van deze *persona* niet significant te zijn. De Klimaatoptimisten beschouwen dus menselijke handelingen (in de ruime zin) als de oorzaak van de klimaatverandering.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

De Klimaatoptimisten zijn ofwel vrij neutraal over de verschillende manieren waarop zij zich informeren over klimaatverandering, ofwel zijn hun resultaten niet significant, waaruit we kunnen concluderen dat zij op geen enkele manier vernieuwend zijn in vergelijking met de andere *personae*. 76% van hen verklaart echter dat zij zeer geïnteresseerd zijn in informatie over klimaatverandering (tegenover 59% voor de rest van de bevolking), hetgeen betekent dat zij zich op vele manieren informeren, zonder in overmaat te vallen of zonder andere manieren te gebruiken dan de rest van de respondenten.

Uit hun praktijken komen twee bevindingen lichtjes naar voren. Zij zijn meer dan anderen geneigd het klimaat met vrienden en familie te bespreken (65% tegen 57%) en ze zeggen minder vaak dat ze niet naar deskundigen luisteren (18% tegen 27%), dat die te veel aan het woord komen (9% tegen 18%) en dat ze er in hun denken rekening mee houden (69% tegen 60%). Dit komt overeen met hun profiel van jongeren die hoger onderwijs volgen en van wie de moeders hoger opgeleid zijn.

Wat zijn hun middelen tot actie?

Aangezien hun informatiemiddelen geen specifieke instrumenten lijken te zijn voor de Klimaatoptimisten, gaan we de andere soorten instrumenten onderzoeken. Deze jongeren lijken te denken dat ze zich meer zouden inzetten voor het klimaat als ze minder afhankelijk zouden zijn van hun familie (38% vs. 34%), als ze de resultaten van hun inspanningen concreet zouden zien (77% vs. 67%), als biologische producten minder duur zouden zijn (83% vs. 73%) en als politici zich er meer mee bezig zouden houden (83% vs. 70%). Zij worden dus minder beïnvloed door de variabelen die verband houden met de voorbeeldigheid of de dankbaarheid van hun omgeving (als vrienden, leraren, familie het ook aanmoedigen/doen).

De andere instrumenten worden verkregen door hun eigen uitspraken in het vrijblijvende opmerkingenveld van de enquête. De argumenten zijn vaak uitgebreid en nauwkeurig:

- *Ik denk dat het meest ideale zou zijn om een website te maken met alle informatie over de opwarming van de aarde en maatregelen om die af te remmen/te stoppen. Nu vind ik informatie hierover op verschillende accounts van sociale media, maar het is niet goed georganiseerd.*
- *Op een leuke en positieve manier, niet voortdurend het negatieve nieuws benadrukken, maar het positieve op gelijke voet plaatsen, er evenveel over praten (zoals bijvoorbeeld over gevonden oplossingen).*
- *Er zou iets revolutionairs moeten gebeuren om de klimaatverandering volledig te stoppen.*
- *Het hoort in ieders wereld binnen te dringen. Ik hou bijvoorbeeld van woorden: verbale steekspelen, debatten, toneelstukken over het onderwerp spreken mij veel meer aan. Ik denk dat iedereen deze problematiek in zijn eigen universum moet zien: dans? tekeningen? journalistiek? cinema? Alles is mogelijk, maar men moet zichzelf de middelen geven om het te doen...*

- *Je moet mensen confronteren met de realiteit, maar ze ook laten zien dat er oplossingen zijn. Zeggen "ai ai het is een ramp" (ook al is dat helemaal waar) helpt mensen niet om tot actie over te gaan (eco-angst, ...). Hen laten zien welke doeltreffende mogelijkheden er zijn, de problemen en oorzaken in een zeer vroeg stadium populariseren en uitleggen, en strijden tegen greenwashing zouden zeker meer helpen. Aan de hand van de informatie die een persoon heeft gekregen, moet deze zelf in staat zijn te beslissen op welke manier te handelen. [Empowerment]*
- *Stel je voor hoe onze volgende generaties zullen worden beïnvloed, wat de nadelen zullen zijn. Het is duidelijk dat de bewoonbare zone steeds kleiner zal worden. De ernst van deze situatie kan niet genoeg benadrukt worden*
- *Ik zou graag horen dat klimaatverandering iets is dat kan worden "veranderd". Persoonlijk geloof ik sterk dat als iedereen zijn steentje bijdraagt, we een verandering kunnen waarnemen, maar als iedereen zegt dat het te laat is en we doorgaan op deze roekeloze weg, zal er nooit iets veranderen en, erger nog, zal de schade alleen maar toenemen.*
- *Meer klimaatactivisten een stem geven op plaatsen waar veel mensen wonen.*
- *Ik denk dat zolang de regering zich er niet mee bemoeit, het onmogelijk is om het af te remmen, op ons niveau.*
- *Ik zou graag een video willen hebben (maximaal 5 minuten) die de belangrijkste informatie laat zien.*
- *Bij voorkeur van deskundigen, zodat ik weet dat het een goede bron is en niet slechts een mening.*
- *Ik zou graag willen weten hoe het komt dat de aarde zo snel opwarmt, wie de schuldige is en een video van hoe het gebeurt en hoe het zal eindigen. Hoe ik zou kunnen helpen of bijdragen aan het klimaat. Waarom het zo belangrijk is en wat de gevolgen zijn voor de toekomst.*
- *Ze zouden duidelijker moeten zijn over de werkelijke gevolgen. Zorg ervoor dat "iedereen" begrijpt wat er wordt gezegd.*
- *Ik zou graag informatie ontvangen die controleerbaar is via sociale media, maar op kanalen die gevalideerd zijn en alleen correcte informatie geven. Zoals bij het IPCC bijvoorbeeld, maar dan via een toegankelijker medium zoals Facebook of Instagram. Ook zijn korte video's leuker dan lange teksten, omdat meer mensen een video bekijken dan een hele tekst lezen. We zien het snel over het hoofd.*
- *Door ons eerder oplossingen aan te reiken dan ons te laten geloven dat het onze schuld is en dat we er niets aan doen. We worden vaak aangesproken alsof we het niet begrijpen of ons niet inzetten. We weten wat er aan de hand is, maar als ze ons geen oplossingen bieden in termen van wat we kunnen doen, zitten we vast...*
- *Met genuanceerde uitspraken! Leg de redenering, grenzen, veronderstellingen en onzekerheden uit. Presenteer dingen niet als een feit als ze dat niet zijn (dat de klimaatverandering door de mens wordt veroorzaakt is een feit, dat hybride auto's beter zijn dan auto's met brandstof is dat niet).*
- *En ook ouders veel bewuster maken. Zij zouden hun kinderen ook niet meer met de auto naar school moeten brengen, maar hen moeten aanmoedigen om de bus, de tram, de metro, ... te nemen.*
- *Praten over concrete oplossingen, over cijfers die met A+B aantonen dat de ene keuze gunstiger is voor het milieu dan de andere, in plaats van de reclame te moeten geloven die het ene of het andere goed aanprijst. Het groenwassen zou veel meer gereguleerd moeten worden om mensen niet te laten geloven dat een actie noodzakelijkerwijs "goed" is voor het milieu.*

Conclusies over de Klimaatoptimisten

Het profiel van de Klimaatoptimisten is vanuit sociodemografisch oogpunt vrij uitgesproken. Ze volgen hoger onderwijs en hebben vaker een moeder met een diploma hoger onderwijs. Velen van hen vinden ook dat ze met hun inkomen goed kunnen leven. Ze voelen zich vrij comfortabel in hun huidige leven. Gewapend met een bijna behaald diploma en een financieel comfort is het niet zo verwonderlijk dat zij optimistischer zijn dan anderen.

Het zijn geen klimaatsceptici en ze zeggen dat ze nogal actief zijn voor het klimaat, maar in werkelijkheid zien we dat hun actie zich nog steeds beperkt tot handelingen die het praktische/comfortabele niet in de weg staan.

Hun optimisme heeft betrekking op ten minste 6 variabelen, waaronder hun toekomst, oplossingen om de klimaatverandering te beperken, hun toekomstige werksituatie en zelfs hun eigen rol in de transitie. Daarom zijn zij in theorie goede drijfveren voor klimaatactie, aangezien zij niet moe, angstig of ongeïnteresseerd zijn.

Hun communicatiemiddelen zijn gediversifieerd en onderscheiden zich niet van de rest van de bevolking. Zij hechten echter veel belang aan deskundigen die over het klimaat spreken en aan gesprekken met hun familieleden. De Klimaatoptimisten worden minder beïnvloed door variabelen die verband houden met de voorbeeldfunctie of de dankbaarheid van hun omgeving. Zij zijn dus onafhankelijker in de manier waarop zij het probleem van de klimaatverandering beschouwen.

Ten slotte kunnen wij concluderen dat zij vrij realistisch zijn over klimaatverandering en de verantwoordelijkheid voor klimaatverandering evenzeer bij anderen als bij zichzelf leggen. Hun suggesties om de communicatie met hen te verbeteren richten zich op de positievere manier waarop klimaatkwesties moeten worden gepresenteerd, het belang van een wereldwijde klimaatbeweging waarin de regering de leider zou zijn, ongeacht welke partij aan de macht is. De Klimaatoptimisten bevestigen ook de aanbevelingen van de andere *personae*, namelijk het belang van beeldmateriaal (korte video's) en het concretiseren en populariseren van toespraken.

Aanbevelingen voor de Klimaatoptimisten

- Deskundigen inzetten om deze *persona* ervan te overtuigen dat comfort en soberheid niet tegenstrijdig zijn (de tegenstrijdigheid tussen hun ecologische waarden en hun levenscomfort opheffen, cf. SlowHeat-project).
- Deze jongeren aansporen om deel te nemen aan het publieke debat en om inspirerende en positieve rolmodellen voor andere *personae* te worden.
- De communicatie van de overheid aanpassen zodat ze haar voorbeeldfunctie en de duurzame initiatieven waarbij ze betrokken is, in de verf zet. Die communicatie moet meer gesystematiseerd worden (bv. een federale portaal-site).

De Klimaatverschilligen: op zoek naar concreetheid²³



Wat is hun profiel?

Het sociodemografische profiel van de Klimaatverschilligen is interessant omdat deze populatie significante verschillen vertoont wat betreft gender en waargenomen inkomen. De Klimaatverschilligen zijn namelijk vooral mannen (56% tegen 39% voor de rest van de bevolking) en zij beschouwen het gezinsinkomen minder vaak als een inkomen waarmee zij goed kunnen leven (48% tegen 72% voor de andere respondenten). Zij behoren tot de minst bevoorrechte sociaal-economische categorieën.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

Dit is de variabele die hen kenmerkt. Ze doen individueel minder dan andere jongeren om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Laten we de details van hun onverschilligheid wat genuanceerder bekijken. Ten eerste weten ze minder dan de rest van de bevolking wat de definitie van het begrip *ecologische voetafdruk* is (43% tegen 70%). Zij hebben ook minder vaak deelgenomen aan een klimaatdprotest (21% tegen 35%) of een klimaatproject (41% tegen 58%).

Hun onverschilligheid blijkt ook uit hun toekomstverwachtingen. 43% van hen gelooft niet dat de klimaatverandering hun manier van leven zal beïnvloeden (tegenover 74% voor de andere respondenten). Bovendien denkt 83% dat de klimaatverandering geen invloed zal hebben op hun studiekeuze (tegenover 71%) en 84% op hun beroepskeuze (tegenover 62%). Op de vraag naar de keuze tussen een bedrijf dat zich inzet voor de bestrijding van klimaatverandering en een bedrijf dat zich niet inzet, is hun antwoord zeer veelzeggend: 51% van hen heeft zelfs geen mening (d.w.z. is "neutraal") over deze vraag (23%).

Ten slotte onderscheiden ze zich sterk door te stellen dat CO₂ slechts een gering effect heeft op het klimaat (25% tegen 12%) en dat de ernst van de klimaatverandering wordt overdreven (32% tegen 12%). Bij deze twee variabelen valt ook het percentage 'neutralen' op die geen mening hebben over de kwestie (47% tegen 18%; 39% tegen 14% voor de laatste). Er is dus waarschijnlijk sprake van een gebrek aan informatie bij de beantwoording van deze vragen door deze *personae*.

Hoe staat het met hun emoties?

De eerste twee variabelen die ons kunnen informeren over het optimisme of de bezorgdheid van deze *persona* zijn significant, maar alleen voor de 'neutrale' antwoorden: geen mening. Zo zegt 56,8% van deze groep geen mening te hebben over de vraag "Is de klimaatverandering niet te stoppen?" (tegenover 18%) en 43% over de vraag "Kan de strijd voor het klimaat een positief effect hebben op België?" (tegenover 18% voor de rest van de

²³ De variabele die wordt gebruikt om deze groep te definiëren is de variabele "Zijn er zaken die je doet in jouw leven om jouw ecologische voetafdruk te verkleinen?" (Reductie_Ecologische_Voetafdruk). De Klimaatverschilligen antwoordden allemaal dat zij niets doen om hun voetafdruk te verkleinen.

respondenten). De volgende variabelen bevestigen het neutraliteitsverschijnsel. Ze zijn significant neutraal over de oplossingen die kunnen worden gevonden om de gevolgen van de klimaatverandering te beperken (33% versus 14%) en ook over hun algemene bezorgdheid over het klimaat (51% versus 17%). Met deze resultaten kunnen we concluderen dat er een gebrek is aan informatie over deze onderwerpen, wat verklaart waarom de groep moeite heeft zich uit te drukken, maar we kunnen niet echt conclusies trekken over de emoties van deze groep.

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

De Klimaatonverschilligen vinden dat zij helemaal geen rol te spelen hebben in de ecologische transitie (slechts 37% vindt dat, tegenover 72% van de rest van de bevolking). Laten we nu kijken of zij deze verantwoordelijkheid toeschrijven aan andere entiteiten en bevolkingsgroepen.

Voor alle menselijke verantwoordelijkheden zijn de Klimaatonverschilligen sterk tegen deze verantwoordelijkheden of hebben zij er geen mening over. Slechts 38% vindt namelijk dat de verantwoordelijkheid bij de staten ligt (tegen 76%), 56% bij bedrijven (tegen 87%), 33% bij de rijkere individuen (tegen 62%), 47% bij alle mensen (tegen 66%) en 34% bij de voorgaande generaties (tegen 67%). Daarentegen denken aanzienlijk meer mensen dat deze veranderingen het resultaat zijn van de natuurlijke evolutie van de planeet (33% vs. 22%), een indicator van verwarring.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

Zoals wij uit de analyse van de vorige 'neutrale' resultaten al hadden vermoed, zeggen de Klimaatonverschilligen dat zij onvoldoende geïnformeerd zijn over de oorzaken (36% voelt zich voldoende geïnformeerd, tegenover 52,9% voor de andere respondenten) en de gevolgen (43% tegenover 56%) van de klimaatverandering, alsmede over de middelen om deze te bestrijden (33% tegenover 42%).

Uit een analyse van hun communicatiemiddelen blijkt dat zij in geen enkel medium echt geïnteresseerd zijn. De 'neutrale' antwoorden zijn steeds extreem hoog, zelfs voor zeer eenvoudige vragen. Zo wordt klimaatinformatie overgebracht door tv en radio (neutraal = 26% vs. 16%), kranten en tijdschriften (neutraal = 27% vs. 17%), traditionele online media (neutraal = 27% vs. 14%), videoplatforms TikTok en YouTube (neutraal = 33% vs. 15%), Insta-publicaties, Twitter... (neutraal = 27% vs. 16%), en door te praten met vrienden en familie (neutraal = 35% vs. 22%). Op de vraag of zij beïnvloed worden door bepaalde inhoud met betrekking tot klimaatverandering is het percentage "zonder mening" nog steeds aanzienlijk. Korte video's met schokkende beelden (neutraal = 39% vs. 17%), foto's met schokkende beelden (neutraal = 38% vs. 17%), lange video's (neutraal = 31% vs. 22%), televisiejournaals (neutraal = 36% vs. 25%), wetenschappelijke diagrammen en grafieken (neutraal = 42% vs. 21%), aansporingsberichten van hun leeftijdsgenoten op sociale netwerken (neutraal = 47% vs. 29%) en content van deskundigen (neutraal: 42% vs. 24%). Hoewel sommige van deze resultaten (bv. de verhouding met content van deskundigen, lange reportages, ...) ons niet verbazen, is het meer verrassend dat content van sociale netwerken en berichten van vrienden en familie zo weinig belangstelling hebben voor deze populatie.

Wat zijn hun middelen tot actie?

De analyse van de instrumenten van de Klimaatonverschillige respondenten brengt de variabelen aan het licht waarvoor zij zich niet significant gemotiveerd voelen. Als ze minder afhankelijk waren van hun familie (akkoord 12% vs. 37%), als hun vrienden meer betrokken waren (akkoord 23% vs. 49%), als hun familie meer betrokken was (akkoord 26% vs. 56%), als hun leerkrachten hen meer aanmoedigden (akkoord 21% vs. 44%), als ze advies kregen over wat ze konden doen (32% tegen 62%), als ze de resultaten van hun inspanningen concreet konden zien (47% tegen 71%) en als ze werden beloond voor hun inspanningen (46% tegen 49%). Geen van deze instrumenten is dus van significant belang voor deze *persona*, hetgeen wijst op hun gebrek aan wil en algemene motivatie met betrekking tot deze kwesties.

De opmerkingen van de Klimaatverschilligen

Slechts 35% van de Klimaatverschilligen liet een vrijblijvende opmerking achter in onze enquête. Bovendien bestaat de helft van de reacties uit korte en weinig onderbouwde suggesties, zoals: "via e-mail", "via een overheidscampagne", "bekende sterren zouden samen een liedje moeten maken voor het klimaat", "via TikTok of Instagram", "een actie waarbij mensen beloond worden" of "er meer over praten op school of op tv". Kortom, wij kunnen uit deze korte interventies over instrumenten geen interessante informatie halen. In de overige reacties vinden we vooral opmerkingen over het gebrek aan belangstelling en zelfs scepticisme van deze *persona*:

- *De CO₂-voetafdruk is afkomstig van een marketingcampagne van de BP...*
- *Ik zeg niet dat het me niet kan schelen, maar het is moeilijk om betrokken te raken als de regering ons niets vertelt...*
- *Alles wat ondernomen wordt is nutteloos. De enige oplossing is om de wereldbevolking drastisch te verminderen...*
- *Het feit dat de universiteit zich wil mengen in deze woke-politiek (LGBT, ecologie, ...) is echt teleurstellend, we zijn hier om te studeren en ons voor te bereiden op de arbeidsmarkt, niet om politieke spelletjes te spelen (daar worden we genoeg mee gebombardeerd in de netwerken) waarvoor we helaas betalen met ons eigen belastinggeld zonder het er volledig mee eens te zijn.*
- *Voor mij is het gewoon een van die bewegingen die zin geven aan het leven van vele verloren jongeren (zoals de feministische beweging, sociale gelijkheid, ...) waarbij noch de vijand, noch de oplossing, noch het overwinningsmoment duidelijk of kwantificeerbaar is.*
- *Vertrouwen hebben in de media die een financieel belang hebben (meer clicks/kijkers => meer geld) bij het verspreiden van paniek en headlines zoals "Als we tegen 2025 niets doen, vergaat de wereld". We hebben allemaal gezien hoe ze de pandemie in hun eigen voordeel hebben gebruikt.*
- *Ik denk dat er andere problemen in de wereld zijn die van groter belang zijn (onderwijs, gezondheid, veiligheid, bestrijding van hongersnood).*
- *Al dit gedoe over het milieu/de opwarming van de aarde is een debat van rijke landen.*
- *Ik zou graag EERST op grote schaal les krijgen in de wetenschapsfilosofie om de opwarming van de aarde beter te begrijpen binnen een wetenschappelijk kader.*
- *We zouden moeten leren over de uiterst sterke wetenschappelijke controverse omtrent de opwarming van de aarde (meer bepaald het werk van Lindzen, Christy, Curry, Varotsos...).*

Conclusies over de Klimaatverschilligen

De analyse van de Klimaatverschilligen is ingewikkelder dan die van de andere *personae*. Ze lijken in weinig of niets geïnteresseerd te zijn: noch in informatie, noch in het klimaat. Zij geven toe slecht geïnformeerd te zijn over de oorzaken van de klimaatverandering en mogelijke oplossingen, maar dit lijkt voor hen geen probleem te zijn.

Daarbij moet echter worden opgemerkt dat zij niet noodzakelijkerwijs 'tegen' de onderwerpen zijn. Zij zijn vooral onverschillig, er niet mee verbonden. Is het de technische aard van het onderwerp dat hen zo afstandelijk maakt? In ieder geval merken we op dat zij de deskundigen te ingewikkeld vinden en dat het jargon hen totaal onverschillig laat en zij er geen rekening mee houden. Daarom dient een inspanning te worden geleverd om die te populariseren. Maar via welk kanaal? Geen enkel communicatiemiddel is bijzonder populair bij deze *persona*. Zelfs de mening van hun omgeving telt niet mee, of het nu gaat om vrienden, leraren of familie: het heeft geen invloed op hun informatie of hun motivatie.

Uit hun vrijblijvende opmerkingen blijkt een zekere mate van scepticisme, niet noodzakelijk over klimaatverandering, maar eerder over de informatie die circuleert: de kwaliteit ervan, de objectiviteit. En als het geen scepticisme is, is het onverschilligheid. Een deelnemer verklaarde: *"Ik denk dat er genoeg informatie beschikbaar is over klimaatverandering, maar ik heb me er nog niet in verdiept."*

Aanbevelingen voor de Klimaatverschilligen

- De aandacht vestigen op de dringende en voelbare gevolgen van de klimaatverandering.
- Laten zien dat, hoewel de opwarming van de aarde waarschijnlijk onomkeerbaar is, de beheersing van de sociale gevolgen ervan waarschijnlijk nog steeds mogelijk is.
- Een debat op gang brengen door de jongeren binnen deze *persona* rechtstreeks aan te spreken en tegelijkertijd de boodschap te populariseren, bv. door te vragen of de Klimaatoptimisten als inspirerende rolmodellen kunnen optreden.
- Socioculturele initiatieven (jeugdhuizen, jeugdbewegingen, AMO's, ...) aanmoedigen om samen met jongeren uit deze groep de milieuproblematiek aan te pakken (bv. door deze initiatieven meer middelen ter beschikking te stellen, 'groene' videotheken, verstrekking van 'klimaatadviseurs', ...).
- Alternatieve en participatieve onderwijsmodules over klimaatverandering ontwikkelen op een transversale manier binnen de verschillende onderwijsprogramma's (workshops, missies, spelletjes... minder theoretische cursussen) (zie <https://ourchangingclimate.us/>; Future Coast Youth).
- Journalisten naar scholen sturen om hun werkzaamheden te verduidelijken, hun werkwijzen en het ontmaskeringsproces uit te leggen.

De Bewusten: met weinig overtuiging²⁴



Wat is hun profiel?

Deze *persona* bestaat uit individuen die niet in de andere *personae* voorkomen en die allemaal op de een of andere manier voor het klimaat optreden. Zij behoren voornamelijk tot de leeftijdsgroep 19-24 jaar (76% tegen 67% voor de rest van de respondenten). Maar zoals we hebben gezien, bestaat de groep Sweet Sixteens al, dus deze groep is kunstmatig 'verouderd'. Geen enkele andere variabele is significant voor dit profiel. Zij vallen dus niet op door hun sociodemografisch profiel.

Welk engagement tonen ze voor het klimaat?

Zij verklaren dat zij in hun dagelijks leven op zijn minst deels maatregelen nemen om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Zij onderscheiden zich ook door hun begrip van de eigenlijke definitie van de ecologische voetafdruk (75% tegen 66%). Uit een analyse van hun specifieke gedragingen blijkt echter dat ze minder dan de rest van de respondenten nagenoeg alle gedragingen aannemen: lichten uitschakelen (82% tegen 74%), afval sorteren (81% tegen 93%), letten op waterverbruik (58% tegen 70%), op verwarmingsverbruik (66% tegen 68%), op kledingconsumptie (50% tegen 61%) en op vleesconsumptie (50% tegen 55%), en verplaatsingen beperken (56% tegen 70%). Zij zijn bijgevolg geïnformeerd en menen dagelijks te handelen, maar hun acties zijn waarschijnlijk sporadisch en niet erg geëngageerd. Ze kopen ook minder vaak tweedehands (39% tegen 51%) en praten minder vaak over ecologie in hun omgeving (42% tegen 62%).

Bovendien heeft slechts 31% deelgenomen aan een klimaatprotest en 53% aan een klimaatgerelateerd project. Aangezien deze twee resultaten niet significant zijn, is deze groep evenmin bijzonder actief op deze twee vlakken.

Hierbij moet worden opgemerkt dat zij de realiteit van de klimaatverandering niet in twijfel trekken, aangezien een meerderheid het er niet mee eens is (63%) dat de ernst van klimaatverandering overdreven is en dat de CO₂-uitstoot een gering effect heeft (55%). Zij vallen echter op door hun neutraal stemgedrag ten aanzien van deze kwesties (respectievelijk 24% tegen 13% en 29% tegen 18%).

Ze zijn vaker dan de rest van de bevolking neutraal als het gaat om de invloed die klimaatverandering zou kunnen hebben of heeft gehad op hun studiekeuze (30% tegen 20%) en op de keuze van een toekomstig beroep (30% tegen 20%). Maar als ze echt konden kiezen tussen twee bedrijven, zou 55% kiezen voor het bedrijf dat zich inzet voor het klimaat. Ze zijn dus niet erg betrokken, maar ze zijn zich toch bewust van deze kwesties. De vraag naar de instrumenten lijkt dus belangrijk voor deze *persona*: hoe kunnen we ervoor zorgen dat ze van bewust naar actief overgaan?

²⁴ Deze groep werd door geen enkele variabele gedefinieerd. Aangezien deze *persona* de laatste was die werd samengesteld en aangezien de vorige *persona* alle individuen omvat die niet handelen om hun voetafdruk te verminderen, deelt 100% van deze laatste *persona* het gedrag van individuele actie om de ecologische voetafdruk te verminderen.

Hoe staat het met hun emoties?

De mate van neutraliteit over de meeste vraagstukken zou ons doen denken dat de Bewusten niet veel emoties koesteren ten aanzien van klimaatkwesties. Zij zijn vrij neutraal over het feit dat de klimaatverandering niet te stoppen is (42% tegen 15%) en ook over het feit dat zij zich zorgen maken over de klimaatverandering (32% tegen 16%). Zij denken minder vaak dan anderen (20% tegen 35%) dat de klimaatverandering hun manier van leven zal beïnvloeden. Zij maken zich evenmin zorgen over hun professionele toekomst (16% tegen 33%). Ze zijn niet bijzonder angstig: één respondent geeft letterlijk toe "meer feitelijk dan emotioneel te zijn".

Wie houden ze verantwoordelijk voor de klimaatverandering?

Zij vinden minder vaak dan anderen dat zij een rol moeten spelen in de ecologische transitie (59% tegen 72%), en zijn op dit vlak neutraler dan anderen (31% tegen 18%). Ze twijfelen aan hun actiemogelijkheden en aan hun motivatie.

Zij denken minder dan de rest van de respondenten dat de staten verantwoordelijk zijn voor de opwarming van de aarde (66% tegen 76%) en zijn het er meer mee eens dat dit een normale natuurontwikkeling is (slechts 40% van deze groep verwerpt dit standpunt, tegen 63%, en 31% heeft geen mening over deze vraag, tegen 25%). Zij lijken dus een beetje verward te zijn over de toekenning van oorzaken en verantwoordelijkheid voor de klimaatverandering. Die interpretatie wordt inderdaad bevestigd door de vragen over de tevredenheid met hun kennisniveau: slechts 50% van hen voelt zich voldoende geïnformeerd omtrent de oorzaken van de klimaatverandering en 51% omtrent de gevolgen ervan.

Wat zijn hun communicatiemethoden?

De communicatiemiddelen die de Bewusten gebruiken zijn vrij gediversifieerd. De significantie van deze middelen is echter niet groot en, zoals wij voor de klimaatacties opmerkten, onderscheidt deze *persona* zich niet bijzonder door zijn communicatiemiddelen. De Bewusten onderscheiden zich door hun neutraliteit ten aanzien van informatie over klimaatverandering in de online media (21% vs. 13%), online videoplatforms (22% vs. 15%), het nieuws op sociale netwerken (42% vs. 31%) en korte video's met schokkende beelden (25% vs. 17%), foto's met schokkende beelden (26% vs. 17%), aansporingsberichten van vrienden en familie (39% vs. 27%) en opinieartikelen (41% vs. 31%). Hun neutraliteit blijkt ook uit hun houding tegenover deskundigen. Ze luisteren niet naar hen (31% neutraal tegenover 24% voor de rest van de bevolking), ze houden rekening met hen in hun denken (32% neutraal tegenover 22%) en de deskundigen zijn superinteressant (40% tegenover 35% neutraal).

Wat zijn hun middelen tot actie?

Geconfronteerd met zoveel neutraliteit en vaagheid in de gedachten van de Bewusten, lijkt het van belang te vragen welke instrumenten hen in staat zouden stellen hun engagement te intensiveren. Onder de voorstellen die in de vragenlijst worden genoemd, springt geen enkel middel eruit. Ze denken minder dan anderen dat ze gemotiveerd zouden zijn als ze advies zouden krijgen over wat ze kunnen doen, als ze de resultaten van hun inspanningen concreter zouden zien, als er meer alternatieven zouden zijn (biologisch, ...), als biologische producten minder duur zouden zijn en als politici zich er meer mee bezig zouden houden.

Voor aanwijzingen wendden wij ons tot de vrijblijvende opmerkingen die zij aan het eind van de vragenlijst hebben achtergelaten.

Opmerkingen van de Bewusten:

- *Er hoeft niet meer over gesproken te worden, we zien voortdurend de verschrikkelijke gebeurtenissen in de wereld en de waarschuwingen zijn alom aanwezig. Volgens mij zijn het niet de jongeren die onderwezen moeten worden over de acties voor het klimaat. WAT NODIG IS, IS ACTIE VAN DE BELEIDSMAKERS.*

- *Op een minder beschuldigende manier: Het is een toon die ervoor zorgt dat ik standaard mijn oren bedek.*
- *Ik zou willen dat men stopt te geloven en ons te vertellen dat kleine gebaren dingen kunnen veranderen...*
- *Degenen die zeggen "ja, ja, het klimaat is belangrijk" zijn degenen die een 4-daagse stedentrip maken met het vliegtuig in plaats van na te denken over een minder verre bestemming, die bereikbaar is met bijvoorbeeld het openbaar vervoer of de trein.*
- *Het lijkt allemaal zo zinloos en hypocriet.*
- *Met feiten (niet te veel en ook niet te druk)*
- *Een duidelijk actieplan dat iedereen verantwoordelijk maakt, onmiddellijke gevolgen toont en voor een gemakkelijke transitie zorgt.*
- *Sociale media op een positieve manier gebruiken om jongeren te informeren over wat ze kunnen doen en welke gevolgen dit voor hen persoonlijk meebrengt (minder algemeen).*
- *Met een intersectionele en sociale rechtvaardigheidslens*
- *Misschien via een app of e-mail (dagelijkse herinnering?)*
- *Weten hoe ik actie kan ondernemen op mijn niveau*
- *Persoonlijk betrokken zijn bij de kwestie. Ja, ok, deze verandering is ernstig, maar concreet kan ik, als klein mens, niet veel doen.*
- *Deskundigen zouden het onderwerp in de reguliere media moeten populariseren in plaats van debatten te voeren tussen politici of slecht geïnformeerde journalisten. De hoeveelheid vooropgezette ideeën en leugens die we in de media zien, bedroeven mij, zowel van conservatieven als van milieuactivisten.*
- *Het zou interessant kunnen zijn om grotere, langdurige informatiecampagnes op te zetten, in het onderwijs, in de traditionele media, ...*
- *Ik hoor vaak over verandering. Iedereen zegt dat het belangrijk is, dat we alles moeten proberen om het te voorkomen, maar niemand onderneemt ooit actie. Mensen blijven vuilnis buiten gooien en zo. Ik denk dat we alleen in actie zullen kunnen schieten door wat er nu gebeurt (hitte ...) en wat er in de toekomst zal gebeuren. Misschien zelfs "nabootsen" wat er zou kunnen gebeuren, de dood van dieren ...*
- *Ik vind dat er een beetje te veel gepraat wordt over oorzaken en gevolgen, wat mij deprimeert en machteloos maakt, en niet genoeg over concrete handelingen die mij net zouden motiveren om in gang te schieten.*
- *Bovendien vind ik dat het moeilijker is om steun te vinden als je jong bent, of althans dat er geen duidelijke communicatie is over wat je moet doen om verandering op gang te brengen.*
- *Ik zou bijvoorbeeld graag betrokken willen worden bij een buurtinitiatief of projecten op mijn school kunnen opstarten. Helaas heb ik vandaag de dag te weinig zicht op wat er al bestaat, hetzij om me te kunnen laten inspireren, hetzij om mee te kunnen doen als het dichtbij huis is.*
- *Wat mij meer zou motiveren is:*
 - o *meer communicatie en zichtbaarheid over initiatieven bij mij in de buurt.*
 - o *voorstellingen van initiatieven of eenvoudige handelingen met uitleg over het nut ervan*
 - o *dat een deel van de communicatie gebaseerd wordt op de verantwoordelijkheden van grote ondernemingen en op een manier om op ons niveau tegen deze giganten op te treden*

Conclusies over de Bewusten:

De Bewusten zijn een heterogene groep jongvolwassenen die een gemeenschappelijk idee delen om actie te ondernemen teneinde hun ecologische voetafdruk te verkleinen, maar zich niet onderscheiden door hun acties. Het zijn geen klimaatsceptici, maar zij kunnen twijfels hebben over de verantwoordelijkheid van verschillende actoren ten aanzien van het klimaat.

Ze zijn vrij neutraal over hun communicatiemiddelen, over hun toekomstvisie en zelfs over hun emoties. Uit onze vragenlijst komt geen instrument naar voren. Uit hun vrijblijvende opmerkingen kunnen we echter opmaken dat

ze **betekenis willen vinden** in deze strijd voor het klimaat. Op welke manier kan dit gebeuren? Mochten de beleidsmakers duidelijker handelen en communiceren, mochten de deskundigen het thema populariseren... Zij willen ook **een duidelijker beeld** krijgen van de oorzaken, de concrete acties en de gebeurtenissen: de stappen die kunnen worden ondernomen om veranderingen in gang te zetten, de concrete acties die binnen hun bereik liggen, en dat de media zich inspannen om duidelijker te communiceren en meer zichtbaarheid te geven aan initiatieven en maatregelen in de nabije omgeving (in plaats van alleen maar aandacht te geven aan IPCC-gebeurtenissen en rampen). Dit is dus evenmin een groep die met informatie gebombardeerd moet worden, er is behoefte aan meer gerichte informatie.

Aanbevelingen voor de Bewusten:

- Gebruik maken van de kleine gebaren die deze groep moeiteloos uitvoert (bv. een petitie ondertekenen, afval sorteren, water en energie besparen, ...) om springplanken te creëren voor meer omvangrijke initiatieven (bv. een QR-code plaatsen op de vuilniszak van de gemeente die verwijst naar een burgeractie, een evenement (demonstraties, festival...)).
- De regering aanmoedigen om te investeren in de erkenning van haar historische verantwoordelijkheid om een basis te creëren voor de erkenning van ieders verantwoordelijkheid (bijvoorbeeld de erkenning van de rol van de westerse landen, de industriële revolutie).
- De gemeenten aanmoedigen om een inventaris op te maken van alle milieuproblemen die zij tegenkomen en hun burgers informeren via alle kanalen waarover zij beschikken (bv. een brievenbus, sociale media, webpagina...) om hen bewust te maken van het gemeenschappelijke erfgoed dat " in brand staat " (het lokale met het mondiale verbinden).

Deel 4. Aanbevelingen

4.1 Aanbevelingen van deskundigen

4.1.1 Aanbevelingen op het gebied van communicatie

- Een positieve en boeiende communicatie ontwikkelen en de doelgroep identificeren teneinde de berichtgeving aan te passen: de nood aan een informatieve gerichte strategie door de doelgroepen te groeperen naar waarden (cf. de *personae* van dit verslag). Met andere woorden, er is geen universeel communicatiemiddel om met jongeren te praten en hen tot meer duurzaamheid aan te zetten. Voorts moet worden opgemerkt dat de typologie van de *personae* die wij hebben ontwikkeld het mogelijk maakt zich op bepaalde types te richten, maar dat individuen geenszins definitief gebonden zijn aan bepaalde groepen. Jongeren zullen de neiging hebben van de ene groep naar de andere over te stappen. Bovendien moeten de verschillende *personae* elkaar ontmoeten en met elkaar praten. Een aantal duo's is gemakkelijk te bedenken omdat ze elkaar aanvullen: Klimaatoptimisten en Klimaatbevreesden, Supergeëngageerden en Klimaatonverschilligen, ...
- Horizontale communicatie over klimaatverandering ontwikkelen om dit onderwerp niet uit te sluiten. De bedoeling is dat het milieuthema een leidraad wordt voor alle andere onderwerpen, en niet slechts beperkt blijft tot een rubriek 'klimaatverandering' (zie <https://chartejournalismeecologie.fr>).
- Communicatiecampagnes ontwikkelen waarin niet alleen de natuurlijke gevolgen van de klimaatverandering (opwarming, overstromingen, extreme weersomstandigheden, verlies van biodiversiteit, ...), maar vooral ook de sociale risico's op lange termijn (risico van grote conflicten tussen grootmachten in verband met de controle over hulpbronnen zoals water, bewoonbare grond of olie, risico van grote interne en externe migraties, risico van grotere ongelijkheid, ...) en waaruit blijkt dat deze risico's maatschappelijke onzekerheden zijn waarvan de omvang zal afhangen van de wijze waarop wij ons vandaag en in de komende jaren organiseren om ze te beperken.
- Populariseren door te focussen op het visuele (bv. korte video's en infographics) en de communicatie richten op sociale netwerken. Dit kanaal beschouwen als essentieel, maar ontoereikend (niet alle jongeren worden op dezelfde manier beïnvloed door dit kanaal).
- Communiceren over hoe de ecologische transitie (1) mogelijkheden voor nieuwe banen zal creëren, (2) een groot aantal banen zal transformeren en (3) andere banen zal doen verdwijnen. Het doel van deze mededeling is jongeren beter te begeleiden bij hun studiekeuze (bv. aandacht besteden aan de opleiding van studiebegeleiders op school).
- Jongeren helpen vaststellen welke handelingen de grootste impact op het milieu hebben, zowel op individueel als op collectief niveau, zodat zij op hun maat gerichte prioriteiten kunnen stellen (verwarring, vaagheid, gebrek aan een 'tastbaar' object verminderen). Het mogelijk maken om een concreet verband te leggen, door meer bepaald de gevolgen van vleesconsumptie, mobiliteit of technologie op het milieu te (her)verklaren. Het is de bedoeling dat jongeren de impact van hun dagelijkse praktijken (die op het eerste gezicht onbeduidend lijken) op het milieu kunnen inschatten.
- Oppassen voor schuldgevoelens in communicatieprocessen. De empowerment van jongeren ontwikkelen mag er niet toe leiden dat zij te veel verantwoordelijkheid moeten dragen, omdat het risico bestaat dat zij verstikt raken (bv. door hen bewust te maken van hun eigen grenzen vanwege hun jonge leeftijd en beperkte autonomie). Jongeren behoren zowel tot de sociale categorieën die het minst verantwoordelijk zijn voor de klimaatsituatie als tot degenen die de minste 'macht om te handelen' hebben. Het

ontwikkelen van deze daadkracht betekent niet dat andere categorieën van de bevolking niet verantwoordelijk zijn.

- Tegelijkertijd communicatie- of bewustmakingsacties voeren om de ‘volwassenen’ en ‘ouderen’ tot actie aan te zetten, die behalve meer actiebekwaamheid ook talrijker zijn. Intergenerationele kanalen ontwikkelen waar zowel jongeren als ouderen zich bij betrokken/bewust kunnen voelen (cf. Seniors4Climate intergenerationele video's) om de valkuil van paternalistisch ‘jeugddenken’ te vermijden.

4.1.2 Aanbevelingen voor het beleid

- In symbiose denken over klimaatrechtvaardigheid en maatschappelijke rechtvaardigheid: een ecologische transitie teweegbrengen die gericht is op het verminderen van ongelijkheid. De beleidsmaatregelen moeten worden gezien als een drievoudig dividend dat de ecologische voetafdruk vermindert, banen schept en bepaalde essentiële goederen en diensten toegankelijk maakt.
- Het vertrouwen in de politieke wereld versterken²⁵ (1) door bruggen te (her)bouwen, bv. door fora op te richten waar jongeren beleidsmakers kunnen ontmoeten, hun visie op de toekomst kunnen laten horen en ervoor kunnen zorgen dat met die visie rekening wordt gehouden (bv. ervaringen in participerende democratie, burgerconferenties, burgerforum van toekomstige generaties, bv. de Citizens Convention for Climat in Frankrijk). Het doel van deze aanbeveling is ook om te voorkomen dat de enige band tussen jongeren en instellingen ontstaat door protestacties (dus politieke vervreemding voorkomen).
- Het vertrouwen in de politieke wereld versterken (2) door een ‘transparante’ politieke communicatie te ontwikkelen (bv. via een parlementaire commissie) die over de partijgrenzen heen gaat (bv. meerderheid/oppositie) om aan te tonen dat de democratie mensen kan samenbrengen rond een belangrijke kwestie als klimaatverandering.
- De kosten verlagen en de beschikbaarheid vergroten van de meer milieuvriendelijke openbare alternatieven (bv. treinvervoer), zodat bewuste jongeren gemakkelijker en massaler voor deze alternatieven kunnen kiezen.
- De klimaatverandering politiseren, aangezien er niet een enkel antwoord bestaat op deze sociale risico's en alle benaderingen om de toekomstige Belgische samenleving aan deze risico's aan te passen, moeten worden besproken.
- De lerarenopleiding verbeteren, onder meer door zo spoedig mogelijk cursussen open te stellen over wetenschappelijke geletterdheid, burgerschapsvorming, de capaciteit van jongeren om politieke systemen al dan niet te beïnvloeden en een maatschappijkritische benadering die gericht is op empowerment.
- Wetenschappelijk onderzoek en audits ontwikkelen over banen die noodzakelijk worden geacht voor de behoeften van de ecologische transitie (renovatie van gebouwen, beheer van natuurlijke hulpbronnen, eco-landbouw, bv. het project <https://paysans-artisans.be>) om de ecologische transitie van de arbeidsmarkt te ondersteunen met een reflectie over de werkelijke behoeften van deze transitie (bv. het gedeeltelijk of volledig verplicht stellen van CARE-boekhouding - Accounting Adapted to Environmental Renewal).
- Het gehele bestaande opleidingssysteem van onderaf ontwikkelen, door transversale leerresultaten op het gebied van duurzame ontwikkeling te integreren in de leerfundamenten van de basisschool.
- Het aanbod van voortgezette opleidingen financieren die leiden tot kwalificaties om jonge werknemers aan te moedigen zich te scholen in de problematiek van de klimaatverandering binnen hun sector via nationaal en internationaal erkende certificatie (die gebruikt kan worden op de arbeidsmarkt) en de opleidingen zelf te labelen volgens criteria die verband houden met de problematiek van de klimaattransitie.

²⁵ Zowel uitvoerend als wetgevend, en op alle niveaus, ook op lokaal niveau.

- De wetsartikelen herzien waarin bepaalde beroepen worden beschreven en beschermd (bv. de architectenwet van 1939), zodat de vakmensen worden erkend en beloond voor de nieuwe verantwoordelijkheden, taken en vaardigheden die zij in verband met de ecologische transitie overnemen.

4.2 Aanbevelingen door jongeren, voor jongeren

Een van de grote uitdagingen van dit onderzoek is jongeren aan het woord te laten. Daarom worden in dit laatste deel fragmenten uit hun getuigenissen en ideeën ongefilterd weergegeven. Wanneer jongeren wordt gevraagd wat hun visie is op de toekomst en klimaatverandering, hebben ze veel te zeggen. Dit zijn allemaal elementen die potentiële denkpijlers, ideeën en uitgangspunten vormen, zowel voor de uit te voeren communicatiecampagnes als voor het toekomstige educatie- of opleidingsbeleid.

De antwoorden op de laatste open vraag van de vragenlijst worden verzameld: "Hoe zou je geïnformeerd willen worden over de klimaatverandering?". De antwoorden zijn gekozen op basis van hun relevantie en werden ingedeeld in hoofdthema's om het lezen ervan te vergemakkelijken: een inspirerende, positieve, duidelijke communicatie; de rol van de school en het onderwijs; minder hypocrisie, meer actie.

Een inspirerende, positieve, duidelijke communicatie: klimaatverandering tot een centraal en horizontaal thema maken

- *Ik zou graag concrete acties aangereikt krijgen, concrete handelingen om toe te passen.*
- *Door de concrete oplossingen te noemen die we kunnen invoeren, zowel op onze eigen niveau als op grote schaal, **zonder te vervallen in het simplistische discours van een wonderoplossing.***
- *Er zijn 3 soorten jongeren, zij die zoals ik de klimaatverandering aanvaarden en ertegen willen vechten, zij die er niets om geven en ervan willen profiteren, en zij die er nog niets van begrepen hebben en in hun bubbel leven. **Er is nood aan een andere taal, aangepast aan elk van hen**, die door de deskundigen (wetenschappers, media en beleidsmakers) niet wordt begrepen of in praktijk gebracht. Men wil beperkingen opleggen aan mensen die grotendeels de redenen en het nut van betrokkenheid niet hebben begrepen.*
- *Naar mijn mening is het nu niet zozeer van belang dat men zich bewust wordt van de ernst van de situatie, maar dat men beseft dat er **tal van concrete mogelijkheden zijn om de klimaatverandering te bestrijden.***
- *Ik denk dat ik voldoende geïnformeerd ben over het feit dat er een noodsituatie is, nu wil ik graag meer te weten komen over de mogelijke veranderingen.*
- *Ik zou graag meer uitleg krijgen over klimaatverandering via **aansporingsberichten**. Ik denk dat mensen hierdoor het meest gemotiveerd worden om zich in te zetten, omdat ze **inspirerende pijlers** zien en zich realiseren dat je iets concreets kunt doen om het systeem te veranderen: ze zien iets [een inspirerend traject] voorbijkomen en in feite worden er tientallen, honderden, duizenden mensen uit hun schulp gelokt. We weten niet waar ze vandaan komen. Maar ze zijn er en ze zeggen: "Ja, maar ik ben hier eigenlijk ook! En ik wacht al drie jaar op iemand die op mijn deur klopt en zegt: "Kom en doe iets groots om datgene te redden waar je om geeft."*
- *Volgens mij is de beste manier om veranderingen bij jongeren te stimuleren het goede **voorbeeld te geven**.*
- *Ik vind dat **deskundigen** op televisie veel te veel aan het woord komen en in **zeer specifieke termen uitleg geven** die veel mensen niet kunnen begrijpen. Ik denk dat we meer spreektaal moeten gebruiken*
- *Het is nodig de **positieve effecten van de inspanningen** te zien om deze te kunnen volhouden.*
- *Ik zou het op prijs stellen mocht de klimaatverandering als de dringendste en belangrijkste kwestie worden behandeld.*
- *Ik denk dat het gebruik van sociale netwerken nog steeds de beste manier is om jongeren bewust te maken. Zoals bijvoorbeeld de beweging van Greta Thunberg.*

- *Ik zou duidelijke uitleg willen, die voor iedereen toegankelijk is, over de oorzaken en gevolgen zonder te vervallen in het cliché van de onrechtmatige ecooloog of de deskundige waarvan we niets begrijpen. Als je iets begrijpt en het is logisch, is het makkelijker om te handelen.*
- *Ik zou willen dat de regering de klimaatverandering serieuzer neemt en de bevolking informeert over de gevolgen voor het klimaat, wat we verkeerd doen en vooral hoe we dit kunnen verhelpen door de bevolking te onderwijzen en ons allemaal aan te moedigen om voor onze planeet te handelen. Voorkomen dat grote bedrijven en rijke mensen invloed hebben op deze communicatie en dat ze er misbruik van maken om nog rijker te worden. Ongeacht de manier waarop het wordt gepresenteerd, wil ik dat de overheid ons informeert.*
- *De kinderen van lagere/middelbare scholen moeten niet om de 1 of 2 jaar van telefoon of computer veranderen, alleen omdat ze de nieuwste telefoon willen.*
- *Het is tijd om te communiceren door middel van duidelijke keuzes in plaats van door retoriek die aan propaganda grenst (maar geen concrete actie bevat) die al sinds de kleuterschool wordt herhaald.*
- *Ik geloof dat **het gevaar van de klimaatopwarming centraal moet staan**, vooral in scholen en andere instellingen, om de mensen goed te informeren over het gevaar voor onze planeet. In principe is het geen zaak van één individu of groep individuen, maar van ons allemaal, want de gevolgen zullen niemand vergeven.*
- *Misschien ben ik te idealistisch, maar ik heb **de indruk dat het klimaat een bijkomstig onderwerp is**, dat wordt gebruikt wanneer er belastingen moeten worden toegevoegd terwijl er geen echte oplossingen zijn die het probleem helpen.*
- *Ik zou willen dat de opwarming van de aarde niet alleen wordt beschouwd als een kwestie van koolstofemissies, maar dat ook de organisatie van onze samenleving ter discussie wordt gesteld.*
- *Ik wil graag een **bredere context zien en begrijpen in plaats van korte, schokkende berichten die bedoeld zijn om emoties op te wekken**. Geef ons meer uitleg om deze schokkende beelden te kunnen plaatsen!!! Om te weten wat de oorzaak is en hoe we die concreet kunnen verhelpen!*

De rol van de school en het onderwijs: klimaatvraagstukken integreren in het hoger onderwijs en zelfs... in het basisonderwijs

- *Ik zou willen dat klimaatverandering vanaf de lagere school wordt onderwezen tijdens de lessen wetenschappen, met behulp van populairwetenschappelijke termen en een betere uitleg over de gevolgen die deze verandering kan hebben voor de planeet in het algemeen, maar ook voor onszelf. Het zou ook interessant zijn om aan te tonen dat de armste landen vaak de landen zijn die de minste vervuiling produceren ... hoe dan ook denk ik dat we vooral de **wetenschappelijke taal moeten populariseren, voor iedereen beschikbaar moeten maken en op school moeten onderwijzen** zodat iedereen het kan leren.*
- *Er moet vroeger over gepraat worden, hoe eerder jongeren bewust gemaakt worden, hoe gemakkelijker ze zich kunnen aanpassen.*
- *Ik denk dat scholen een grote rol kunnen spelen in de klimaatopvoeding van jongeren. Want als we niet geïnteresseerd zijn, verschijnt het niet op TikTok of Instagram omdat de algoritmen geprogrammeerd zijn om ons te boeien. Video's en/of informatieve berichten komen terecht in de feed van mensen die al geïnteresseerd of betrokken zijn. Daarom moet de school ons hierover meer informeren en voorlichten, zodat meer mensen op de hoogte zijn en de sociale netwerken de rest van het werk doen.*
- *Erover praten in de klas, **op een speelse manier** en van jongs af aan (basisschool)*
- *Organisaties moeten onze scholen bezoeken om ons bewust te maken van de impact die wij op het klimaat hebben en hoe we dat kunnen verhelpen.*
- *In de klas vanaf de middelbare school, met suggesties om mee te doen, om onze manier van leven te verbeteren en onze ecologische voetafdruk te verkleinen. We moeten verwezen worden naar verschillende referenties over dit onderwerp, zodat we zelf een oordeel kunnen vormen over de stand van zaken.*

- Een idee zou kunnen zijn om een of meer "**cursussen**" over **klimaatbewustzijn** alsook **klimaat** en maatschappelijke **rechtvaardigheid** te creëren die in alle curricula van de verschillende opleidingen worden opgenomen en verplicht worden gesteld.
- In het hoger onderwijs vind ik dat de faculteiten ons te weinig informatie geven. Ik vind het schandalig dat ik op 3 jaar tijd slechts één vak heb (facultatief en slechts 3 studiepunten) dat gaat over klimaatverandering, ecologische transitie...
- Leuke **interactieve workshops of video's**
- Het was vooral mijn moeder die me liet kennismaken met de gewoonten die we moeten aannemen om onze planeet te redden en ik denk dat als we de jongeren van vandaag opvoeden, zij hetzelfde zullen kunnen doen als mijn moeder en hun kinderen opvoeden.
- Toespraak op school. Zorgen dat iedereen zijn eigen ecologische voetafdruk kent. Met je klas deelnemen aan een evenement
- Ik zou graag willen dat de leraren hier wat meer actuele kennis van hadden. Ik studeer landbouwkunde en ik hoor nog steeds leraren het gebruik van glyphosaat aanbevelen...

Minder hypocrisie, meer actie: een oproep aan de politiek en de media

- Dit zou het **belangrijkste politieke nieuwsitem** moeten zijn
- Hoezo is het volgens de media "goed nieuws" dat luchthavens weer klanten krijgen, terwijl vliegtuigen zeer vervuilend zijn? Hoe zit het met privéjets (die naar het schijnt 4/5 van de vluchten vertegenwoordigen) waarmee politici en andere publieke figuren vluchten van drie minuten of een uur maken? Waarom wordt ons verteld dat we moeten recyclen, terwijl het erop lijkt dat hetzelfde afval elders wordt weggegooid, zonder ooit te worden gerecycleerd? Kortom, wat ik wil zeggen is dat ik graag op een samenhangende manier over klimaatverandering, de oplossingen en de oorzaken ervan wil horen en niet zo afstandelijk, gefragmenteerd. **Enerzijds zijn we "gelukkig" omdat we minder consumeren, anderzijds zijn we "verdrietig" omdat consumenten minder consumeren?** Enerzijds overbelasten we de auto, anderzijds stellen we geen andere vervoersmiddelen ter beschikking. Wat moet ik hiervan denken? Dat geld belangrijker is dan de planeet?
- Ik zou graag **een overgang zien van "we gaan actie ondernemen" naar "we ondernemen actie"**.
- Ik wil graag persoonlijk bij de zaak betrokken worden. Ja, ok, deze verandering is ernstig, maar concreet kan ik, als klein mens, niet veel doen. **Geef voldoende middelen om het te beperken en verbeter de toegang tot deze middelen.**
- Ik ben het beu om me elke dag schuldig te voelen voor de planeet door video's op sociale media. Hoewel het heel interessant is en best goed onderbouwd, zou ik willen dat dit een probleem werd van politici en bedrijven.
- Ik zou ook willen dat de overheid ons duidelijk vertelt of ze zich met het klimaat wil bezighouden of niet. Als dat het geval is, zorg dan dat we het begrijpen door mensen alternatieven te bieden voor hun slechte gewoonten en zoek echte oplossingen voor een duurzamere toekomst (en pas ze toe!). Zo niet, zeg het ons dan en laat ons geen moeite meer doen om inspanningen te leveren, want als we toch al verloren zijn, wat heeft het dan voor zin om hoop te houden en toegevingen te doen? **De onzekerheid vreet het meest aan me.**
- Zwaaien met spandoeken bij barbecuedemonstraties of het maken van grootschalige shockshows is geen actie. Ik wil niet overtuigd worden om symbolische daden te ondernemen in mijn dagelijks leven (dat lijkt me zinloos), **ik wil effectieve beleidskeuzes met een duidelijke rechtvaardiging.** Dit omvat een drastische beperking van geboortes en reizen.
- Ik wil op een serieuze manier over klimaatverandering worden ingelicht, zonder er omheen te draaien. Ik zou willen dat men stopt te geloven en ons te vertellen dat kleine gebaren dingen kunnen veranderen (het voorbeeld in deze vragen: "Doe je het licht uit?"), zeker, energie is essentieel in deze ecologische transitie,

maar we zijn niet ecologisch verantwoord als we 10 keer per jaar het vliegtuig nemen, en toespraken houden van het type "ja, maar ik, het klimaat". Ik heb de indruk dat sommige jongeren geëngageerd zijn, sommige jongeren die dingen willen veranderen, maar ik heb ook de indruk dat een heel deel van deze "gulden jeugd", deze "geëngageerde jeugd" in feite helemaal niet geëngageerd is. Dat degenen die zeggen "ja, ja, het klimaat is belangrijk" degenen zijn die een 4-daagse stedentrip maken met het vliegtuig in plaats van na te denken over een minder verre bestemming, die bereikbaar is met bijvoorbeeld het openbaar vervoer of de trein. Ik heb de indruk dat velen "de jeugd ten volle" wil beleven! Want dit zijn de beste jaren van ons leven en die mogen we niet missen". Het lijkt allemaal zo zinloos en hypocriet. Wat als we van elk jaar het beste jaar van ons leven zouden maken? Alsof eindigen met ons hoofd in het toilet de mooiste jaren van ons leven zijn? Alsof we ons niet zouden kunnen vermaken met vrienden in België of elders zonder naar de andere kant van de wereld te moeten reizen. Een andere optie is genieten van de reis en beseffen hoe ver we reizen en hoe vreemd de reissnelheid is. Natuurlijk zijn treinen duur, en voor sommigen onbetaalbaar. En dit is waar regeringen moeten ingrijpen.

- Er moet belang worden gehecht aan het energieprobleem, aan het daarmee samenhangende economische probleem en vooral aan de armoede die er in een vicieuze cirkel uit voortvloeit: **Je kunt best praten over zonnepanelen, maar het is niet alsof ik als huurder iets te zeggen heb**; of je kunt het prima hebben over het geven van geld om een e-bike te gebruiken in plaats van een auto, alleen kan ik me zelfs geen auto veroorloven; of je kunt het prima hebben over het verminderen in gebruik van verwarming of airconditioning, wanneer er geen van beide aanwezig zijn.
- Als je ziet hoe Europa geen verontreiniging veroorzaakt omdat het al zijn industrieën in Azië heeft geplaatst, is de toon al gezet.
- **Waarom stellen we de maatschappij waarin we leven nooit serieus in vraag?**
- Ik zou willen dat de klimaatverandering verder wordt besproken, want wat er nu gebeurt, is catastrofaal. Ik zou graag meer steun willen hebben, om erover te kunnen praten zonder dat ik depressief overkom. **Ik zou ook graag meer overheidsinterventie zien.** Bijvoorbeeld dat ze 's nachts, als de winkels gesloten zijn, raamverlichting verbieden. Ook zouden ze het niet moeten toestaan dat het WK in Qatar wordt gehouden, in een speciaal daarvoor gebouwd stadion met airconditioning, terwijl er ook andere plaatsen waren. Ik zou willen dat de opwarming van de aarde serieuzer wordt genomen, d.w.z. dat we er voldoende over te horen krijgen, maar dat we ook acties zien die in overeenstemming zijn met deze mooie woorden
- [de vraag was: Hoe zou je geïnformeerd willen worden over de klimaatverandering?]. Het is triest om te zeggen, maar ik denk dat je de vraag andersom moet bekijken. **Hoe willen grote bedrijven aangesproken worden over klimaatverandering?**
- Ik denk dat er een groot probleem is met mobiliteit, en het zou interessant zijn om er meer over te praten. Momenteel wordt ons verteld dat we aan openbaar vervoer, fietsen, ... moeten denken, maar er is geen (of weinig) werk in de binnenstad om dit te verhelpen. Een reis die me met de auto minder dan 15 minuten kost, kost me met het openbaar vervoer 40 minuten, en is bovendien veel stressvoller (risico op vertraging, plaatsgebrek, ...). Zelfs wanneer er infrastructuur wordt aangelegd, gebeurt dat haastig en zonder nadenken. Ik durf de fiets niet meer te nemen omdat de mensen in auto's zo gevaarlijk zijn en de fietsroutes helemaal niet veilig zijn (plus het is een grote omleiding, met meer hoogteverschil). Ik durf ook geen betere fiets te kopen, want ik heb geen garantie dat ik die op een veilige manier aan het station kan bevestigen en er zijn geen kastjes om dingen in op te bergen (helm, fluorescerende jas ...). Ik denk dus dat we echt **breder moeten denken** en de betrokkenen moeten vragen wat het meest geschikt is.

Bibliografie

- Agrikoliansky, É. (2020). Enquêtes par questionnaire. In *Dictionnaire des mouvements sociaux: Vol. 2e éd.* (p. 231-237). Presses de Sciences Po . <https://doi.org/10.3917/scpo.filli.2020.01.0231>
- Akerlof, K. (2017). When Should Environmental Awareness Be a Policy Goal?. In Loretto, V., et al. *Participatory Sensing, Opinions and Collective Awareness*, Understanding Complex Systems, Springer.
- Alonso, C.P., Muñoz Sánchez, P., & Martínez, A.I. (2022). Is there a uniform NEET identity in the European Union?, *International Journal of Adolescence and Youth*, 27 : 1, 207-220.
- Alvermann, D. (2004). Media, Information Communication Technologies, and Youth Literacies A Cultural Studies Perspective, *American Behavioral Scientist*. 48. 78-83.
- Anciaux, A. (2020). Compartimentalisations ordinaires : coexistence et transmissions de pratiques quotidiennes aux impacts environnementaux différents. Thèse de doctorat, dir. Prof. Bertiaux, UCLouvain, Louvain-la-Neuve.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media and Technology 2018*. PeW. [online] <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/> (30 September 2022)
- Antronico, L., Coscarelli, R., De Pascale, Fr., & Di Matteo, D. (2020). Climate Change and Social Perception: A Case Study in Southern Italy. *Sustainability* 12(17) : 6985. doi: 10.3390/su12176985
- Apuke, O.D., Bahiyah, O. & Asude Tunca, E. (2022). Literacy Concepts as an Intervention Strategy for Improving Fake News Knowledge, Detection Skills, and Curtailing the Tendency to Share Fake News in Nigeria, *Child & Youth Services*.
- Aubert, P.-M., Gardin, B., & Aillot, C., (2021). *Vers une transition juste des systèmes alimentaires, enjeux et leviers politiques pour la France*, rapport de l’Iddri, Agence d’informations spécialisées.
- Avagianou, A., Kapitsinis, N., Papageorgiou, I., Strand, A. H., & Gialis, S. (2022). Being NEET in Youthspaces of the EU South: A Post-recession Regional Perspective, *YOUNG*, SAGE Publications, 1-30. [online] <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/110330882211086365> (23 September 2022)
- Avery, R., Bryant, W., Mathios, A., Kang, H., & Bell, D. (2003). Electronic Course Evaluations : Does an On- line Delivery System Bias Student Evaluations? *The Journal of Economic Education*, 37. <https://doi.org/10.3200/JECE.37.1.21-37>
- Bania, E.V., Eckhoff, C., & Kvernmo, S. (2019). Not engaged in education, employment or training (NEET) in an Arctic sociocultural context: the NAAHS cohort study, *BMJ Open* 2019, 9, e023705. doi: 10.1136/bmjopen-2018-023705
- Baribeau, C., & Germain, M. (2010). L’entretien de groupe : Considérations théoriques et méthodologiques. *Recherches qualitatives*, 29(1), 28-49. <https://doi.org/10.7202/1085131ar>
- Bauler, T., Calay, V., Fransolet, A., Joseph, M., Laurent, É. & Reginster, I. (2022). VIII / La transition juste en Europe : mesurer pour évoluer. Dans : OFCE éd., *L’économie européenne 2022* (pp. 106-121). Paris: La Découverte.
- Baur, M. (2022). *La plateformisation de la vulgarisation scientifique et culturelle : YouTube comme espace de communication multidimensionnel*, présentation à la 5e journée d’étude du Réseau des Jeunes Chercheur-es du LabEx ICCA, Innovations et productions culturelles à l’ère du numérique (Amphithéâtre de la Maison des Sciences de l’Homme – Paris Nord)
- Baurès, E., Marraud, L., & Lefébure, A. (2020). *‘Changement climatique, transitions et santé’ : former les agents publics, professionnels de santé*, Appel à contribution France Stratégie - Covid-19 : pour un « après » soutenable, Axe : quelles relations entre savoirs, pouvoirs et opinions ?, hal-03274851.
- Benjet, C., Hernández-Montoya, D., Borges, G., Méndez, E., Medina-Mora, M.E., Aguilar-Gaxiola, S. (2012). Youth who neither study nor work: mental health, education and employment, *Salud Pública de México*, Jul-Aug, 54(4) : 410-417.
- Berkhout, E., Galasso, N., Rivero Morales, P. A., Taneja, A., & Vazquez Pimental, D. A. (2021). *The Inequality Virus : Bringing together a world torn apart by coronavirus through a fair, just and sustainable economy*,

- Oxfam Briefing Paper, January 2021. [en ligne]
<https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621149/bp-the-inequality-virus-250121-en.pdf;jsessionid=9612F0667F495ED25CCA43D1FED413D1?sequence=1> (consulté le 23 September 2022)
- Bianchi, G., Pisiotis, U., & Giraldez, M. (2022). GreenComp – The European sustainability competence framework. In Punie, Y. & Bacigalupo, M. (eds). *EUR 30955 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2022*, ISBN 978-92-76-46485-3, doi:10.2760/13286, JRC128040.
- Bodzin, A. (2012). Investigating Urban Eighth-Grade Students' Knowledge of Energy Resources, *International Journal of Science Education*, 34(8), 1255-1275. <https://doi.org/10.1080/09500693.2012.661483>
- Boeve-de Pauw, J., & Van Petegem, P. (2018). Eco-school evaluation beyond labels: the impact of environmental policy, didactics and nature at school on student outcomes, *Environmental Education Research*, 24(9):1250-1267.
- Bonanomi, A., & Luppi, Fr. (2020). A European Mixed Methods Comparative Study on NEETs and Their Perceived Environmental Responsibility, *Sustainability*, 12(2): 515. doi: 10.3390/su12020515.
- Bourg, D. (2020). Inégalités sociales et écologiques, *Revue de l'OFCE* 165(1) : 21-34.
- Boussemaere, P. et al. (2019). *A net-zero Greenhouse Gas Emissions Belgium 2050*, Report to the call for action under the 'Sign for My Future' campaign [online] https://brussels-school.be/sites/default/files/Report_Belgium2050.pdf (1e October 2022)
- Bradley, G.L., Babutsidze, Z., Chai, A. & Reser, J.P. (2020). The role of climate change risk perception, response efficacy, and psychological adaptation in pro-environmental behavior: A two nation study, *Journal of Environmental Psychology*, Volume 68, 101410, ISSN 0272-4944.
- Bray, D., & von Storch, H. (2009). "Prediction" or "Projection"? The Nomenclature of Climate Science. *Science Communication*, 30(4), 534–543.
- Bricage, P. (2021). *Sur l'émergence du SARS-CoV-2 et de la CoViD-19 : interactions entre consensus politique, honnêteté médiatique et vérité scientifique*, une enquête systémique, présentation aux Journées de l'AFSCET, Crise systémique : catastrophe et/ou métamorphose ? 28-30 mai 2021 [online] <http://www.afscet.asso.fr/Ande21/pb-afscet-Ande2021-txt.pdf> (26 September 2022)
- Brosch, T. (2021). Affect and emotions as drivers of climate change perception and action: a review, *Current Opinion in Behavioral Sciences*, Volume 42, 2021, Pages 15-21, ISSN 2352-1546.
- Brunet, S., & Delvenne, P. (2010). Politique et expertise d'usage en situation de haute incertitude scientifique : Application de la méthodologie des Focus groups au risque électromagnétique. *Cahiers de Science politique*. <https://popups.uliege.be/1784-6390/index.php?id=472>
- Busch, K. C., Ardoin, N., Gruehn, D., & Stevenson, K. (2019). Exploring a theoretical model of climate change action for youth, *International Journal of Science Education* 41(17) : 2389-2409. doi: 10.1080/09500693.2019.1680903
- Caroleo, F.I.E., Rocca, A., Mazzocchi, P., & Quintano, Cl. (2020). Being NEET in Europe Before and After the Economic Crisis: An Analysis of the Micro and Macro Determinants, *Social Indicators Research*, 149(3) : 991-1024. doi: 10.1007/s11205-020-02270-6.
- Catellani, A. (2021). *Commentaires d'Andrea Catellani*, Colloque Hack the future. La communication climatique par et pour les jeunes [online] <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:254661> (28 September 2022)
- Catellani, A., Coughon, L.A. & Samofalova, Y. (2021a). Nature "enrollment" in climate change visual communication: COP official accounts' strategies on Instagram, Re-MEDIAting the Wild The 16th Conference on Communication and Environment (COCE), 21-24 juin 2021, oral presentation.
- Catellani, A., Pascual Espuny, C. & Malibabo Lavu, P. (2021b). Environmental Communication Research in the French-Speaking World. In Takahashi et al. (2021). *The Handbook of International Trends in Environmental Communication*, 1st Edition, Routledge, 268-284.
- Chancel, L. (2021). Climate change & the global inequality of carbon emissions, 1990-2020. *Publications of the World Inequality Lab*, Paris School of Economics and Sciences Po.

- Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2022). World Inequality Report 2022, *Publications of the World Inequality Lab*, Paris School of Economics and Sciences Po. [online] https://wir2022.wid.world/www-site/uploads/2021/12/WorldInequalityReport2022_Full_Report.pdf (23 September 2022)
- Chen, M.-F. (2016). Impact of fear appeals on pro-environmental behavior and crucial determinants, *International Journal of Advertising*, 35, 74-92. 10.1080/02650487.2015.1101908.
- Clayton, S., & Manning, C. (eds). (2018). *Psychology and climate change: Human perceptions, impacts, and responses*. Elsevier Academic Press.
- Climat (2021). *Résultats de la 5e enquête nationale sur le climat de 2021*, [online] <https://climat.be/en-belgique/communication-et-education/enquetes-sur-le-climat> (19 September 2022)
- CNE (2020). *Les étudiant.e.s face aux enjeux environnementaux*. Rapport de la Consultation Nationale Étudiante, Réseau Français Étudiant pour le Développement Durable [online] https://le-reses.org/wp-content/uploads/2021/04/RAPPORT_CNE2020.pdf (12 avril 2022)
- Connect for Climate (2021). Tous chauds pour le climat ! 10 conseils pour mobiliser votre public. Rapport des Webinaires Connect for Climate financés par la Fondation Roi Baudouin, 2021-2022 [online] https://media.kbs-frb.be/fr/media/9269/2022_PUB_3836_ChoudClimat (4 October 2022)
- Cook, S., Smith, K., & Utting, P. (2012). *Green economy or green society? Contestation and policies for a fair transition*, UNRISD Occasional Paper: Social Dimensions of Green Economy and Sustainable Development, No. 10, ISBN 978-92-9085-091-5, United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD), Geneva. [en ligne] <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/148808/1/862976227.pdf> (22 September 2022)
- Corbin, E., Mieyaa, Y., Huet-Gueye, M., & Beaumatin, A. (2021). L'engagement politico-climatique des jeunes : une sphère de socialisation et de personnalisation en période de crise, *Tréma* (56). doi: 10.4000/trema.7139
- Corner, A., Roberts, O., Chiari, S., Völler, S., Mayrhuber, E.S., Mandl, S. & Monson, K. (2015). How Do Young People Engage with Climate Change? The Role of Knowledge, Values, Message Framing, and Trusted Communicators, *WIREs Climate Change* 6(5) : 523-34. doi: 10.1002/wcc.353
- Cougnon, L.-A. (2015). *Langage et SMS : Une étude internationale des pratiques actuelles*, Louvain-La-Neuve : Presses universitaires de Louvain.
- Dagnaud, M. (2021). *Et maintenant ? Jeunesses : L'esprit du temps*. Rapport sociologique des résultats de l'enquête « Et maintenant ? ».
- de Beer de Laer, H. (2021). *Quelles représentations sociales du changement climatique chez les jeunes ? Et quels impacts sur l'action ?* Publication de la HERS (Haute Ecole Robert Schuman. doi: 10.5281/zenodo.6043436
- de Bénazé, X., & Renouard, C. (2020). La conversion écologique, *Etudes* (11): 47-58.
- DEFRA (2008). *A framework for pro-environmental behaviours*. Department for Environment, Food & Rural Affairs. <https://www.gov.uk/government/publications/a-framework-for-pro-environmental-behaviours>
- De Schutter, O. (2021). Réussir la transition écologique en luttant contre la pauvreté : La relance durable et juste comme un espace à quatre dimensions, *CRIDHO Working Paper 2021/6*, Institute for Interdisciplinary Research in Legal sciences (JUR-I), UCLouvain. [en ligne] https://sites.uclouvain.be/cridho/documents/Working.Papers/CRIDHO-WP-2021-6_DeSchutter_Espace-quatre-dimensions.pdf (23 September 2022)
- d'Eaubonne, Fr. (2022). *Feminism or Death: How the Women's Movement Can Save the Planet*. Verso Books.
- D'Onofrio, Annette. (2020). Personae in sociolinguistic variation. Wiley interdisciplinary reviews. *Cognitive science*, 11.e1543. 10.1002/wcs.1543.
- Doyle, J. (2020). Creative Communication Approaches to Youth Climate Engagement: Using Speculative Fiction and Participatory Play to Facilitate Young People's Multidimensional Engagement With Climate Change, *International Journal of Communication*, Vol. 14, 2749-2772.
- Ersoni, V., Filice, L., Kouri, G., Simms, M., Bartolone, M. G., & Petrakos, M. K. (2022). Girls for Climate: Making Policy Accessible. *Methodology*, 15, 17.
- Eurobarometer (2008). *Special Eurobarometer 300—Europeans' attitudes towards climate change (N° 300)*, European Union, [online] https://ec.europa.eu/clima/system/files/2022-02/ebs_300_en.pdf (25 mai 2022)
- Eurobarometer (2021). *Climate Change Eurobarometer Survey*, European Union, [online]

- <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2273> (19 September 2022)
- Eurofound (2012). NEETs – Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe, Publications Office of the European Union, Luxembourg. [online] https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef1254en.pdf (23 September 2022)
- Eurofound (2016). *Exploring the diversity of NEETs*. [en ligne] <https://www.eurofound.europa.eu/fr/publications/report/2016/labour-market-social-policies/exploring-the-diversity-of-neets> (7 février 2022)
- Fassin, D. (2008). 1 – Les impensés des inégalités sociales de santé. In Christophe Niewiadomski éd., *Lutter contre les inégalités sociales de santé : Politiques publiques et pratiques professionnelles* (pp. 19-28). Rennes : Presses de l'EHESP. <https://doi.org/10.3917/ehesp.niewe.2008.01.0019>
- Fastrez, P. (2010). Quelles compétences le concept de littératie médiatique englobe-t-il ? Une proposition de définition matricielle, *Recherches en communication*, 33, 35-52.
- Fidelman, C. G. (2007). *Course evaluation surveys: In-class paper surveys versus voluntary online surveys*. [Ph.D. thesis, Boston College]. [online] <https://www.learntechlib.org/p/129654/> (30 September)
- Fløttum, K., Dahl, T., & Rivenes, V. (2016). Young Norwegians and their views on climate change and the future: findings from a climate concerned and oil-rich nation, *Journal of Youth Studies* 19 : 1-16. doi: 10.1080/13676261.2016.1145633
- Forum des Jeunes (2022). *Donne ta voix pour le climat*, Rapport de consultation mandaté par Philippe Henry, Ministre du Climat, de l'Énergie, de la Mobilité et des Infrastructures [en ligne] https://forumdesjeunes.be/wp-content/uploads/2022/04/Donne-ta-voix-pour-le-climat_Rapport-final.pdf (29 September 2022)
- Forum on Information and Democracy (2020). *Rapport du Working group on infodemics*, Forum on Information & Democracy [online] https://informationdemocracy.org/wp-content/uploads/2020/11/ForumID_Report-on-infodemics_101120.pdf (28 September 2022)
- Francou Damesin, L. & Cosperec, M. (2022). *Présentation de lancement du projet Parlons Climat*. 21 juin 2022 [en ligne] https://api.parlonsclimat.org/www-site/uploads/2022/06/Presentation_lancement_Parlons-Climat.pdf (19 September 2022).
- Geiger, N. (2017). Psychological, Social, and Cultural Barriers to Communicating about Climate Change. In M. Nisbet (ed.). *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*, Vol. 3, pp. 312-328, Oxford: Oxford University Press.
- Ghesquière, F. & Girès, J. (2015). L'école en Belgique renforce les inégalités, *Observatoire Belge des Inégalités*. [online] <https://inegalites.be/L-ecole-en-Belgique-renforce-les> (23 September 2022)
- Gifford, R., Kormos, C., & McIntyre, A. (2011). Behavioral dimensions of climate change : Drivers, responses, barriers, and interventions. *WIREs Climate Change*, 2(6), 801-827. <https://doi.org/10.1002/wcc.143>
- Girès, J. (2020). *Dis-moi qui sont tes parents, je te dirai qui tu es*, Article en ligne, Observatoire Belge des Inégalités. [online] <https://inegalites.be/Dis-moi-qui-sont-tes-parents-je-te> (23 September 2022)
- Gramlich, J. (2021). *10 facts about Americans and Facebook*. PeW. [online] <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/06/01/facts-about-americans-and-facebook> (30 September 2022)
- Grandjean, G. (2014). Annexe 1. Les groupes de discussion avec les jeunes. In *Les jeunes et le génocide des Juifs* (p. 233-256). De Boeck Supérieur. <https://www.cairn.info/les-jeunes-et-le-genocide-des-juifs--9782804185381-p-233.htm>
- Greenpeace Belgium. (2021). *Le cercle vicieux du climat et de la pauvreté*, article sur le site de Greenpeace Belgique. [online] <https://www.greenpeace.org/belgium/fr/blog/24281/le-cercle-vicieux-du-climat-et-de-la-pauvrete/> (23 September 2022)
- Guibert, G. & Libaert, Th. (2020). *Publicité et transition écologique*, Rapport pour le Ministère de la Transition écologique et solidaire [online] <https://www.vie-publique.fr/rapport/274683-publicite-et-transition-ecologique> (28 September 2022)
- Guivarch, C., & Taconet, N. (2020). Inégalités mondiales et changement climatique, *Revue de l'OFCE* 165(1): 35-70.

- Haraway, D. J. (2016). *Staying with the Trouble : Making Kin in the Chthulucene*, Duke University Press.
- Heeren, A., Hanseeuw, B., Cougnon, L.-A., Lits, G. (2021). Excessive Worrying as a Central Feature of Anxiety during the First COVID-19 Lockdown-Phase in Belgium: insights from a Network Approach, *Psychologica Belgica*, 61(1): 401. doi:10.5334/pb.1069
- Hirtt, N. (2019). *École, savoirs, climat - Enquête sur les connaissances et la conscientisation des élèves de fin d'enseignement secondaire, à propos du dérèglement climatique*. Appel pour une école démocratique [online] <https://www.skolo.org/CM/wp-content/uploads/2019/10/Ecole-savoirs-climat-Aped-2019.pdf> (19 September 2022).
- IPSOS (2020). The WISE Global Education Barometer 2020. Youth perceptions on their education and their future [online] <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-01/wise-global-education-barometer-2020-ipsos.pdf> (20 September 2022)
- IWEPS (2022). *Jeunes en situation de NEET (ni à l'emploi, ni en enseignement, ni en formation)*, rapports de l'Iweps, éducation et formation, Fiche 1009-NEET [online] <https://www.iweps.be/indicateur-statistique/18-24-ans-situation-de-neet-a-lemploi-enseignement-formation/> (23 September 2022).
- Jorgenson, S. N., Stephens, J.C., & White, B. (2019). Environmental education in transition: A critical review of recent research on climate change and energy education, *The Journal of Environmental Education*, 50(3) : 160-71. doi: 10.1080/00958964.2019.1604478
- Jurdant, B. (2009). *Les problèmes théoriques de la vulgarisation scientifique*, Archives contemporaines, coll. "Etudes de sciences" , 197 p.
- Justo, A.M, da Silva Bousfield, A.B., Giacomozzi, A.I. & Camargo, B.V. (2020). Communication, Social Representations and Prevention - Information Polarization on COVID-19 in Brazil, *PSR*, Special Issue: Social Representations of Covid-19: Rethinking the Pandemic's Reality and Social Representations, vol. 29 (2), 4.1-4.18.
- Kahan, D. M. (2014). Making Climate-Science Communication Evidence-Based — All the Way Down. In M. Boykoff & D. Crow (eds). *Culture, Politics and Climate Change*, Routledge Press.
- Kalampalikis, N. (2004). Les focus groups, lieux d'ancrages. *Bulletin de Psychologie*, 57, 281-289.
- Kemp, S. (2021). *Digital Report 2021 : Les dernières données de notre état des lieux du digital dans le monde*. We Are Social. [online] <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> (30 September 2022)
- Kempf, H. (2007). *Comment les riches détruisent la planète*, Seuil, 148 p.
- Kenis, A. & Mathijs, E. (2012). Beyond individual behaviour change: the role of power, knowledge and strategy in tackling climate change, *Environmental Education Research*, 18(1) : 45-65. doi: 10.1080/13504622.2011.576315
- Kenis, A. (2021). Clashing Tactics, Clashing Generations: The Politics of the School Strikes for Climate in Belgium, *Politics And Governance* (Vol. 9, Issue 2). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/pag.v9i2.3869>
- Khadka, A., Jie Li, Ch., Wilhelm Stanis, S., & Morgan, M. (2021). Unpacking the power of place-based education in climate change communication, *Applied Environmental Education & Communication* 20(1) : 77-91. doi: 10.1080/1533015X.2020.1719238.
- Kinefuchi, E. (2020). 'Nature is healing' : Environmental infodemic and the pitfall of dualism, *Journal of Environmental Media*, 1(1), 3.1-3.8.
- Kitzinger, J., Markova, I., & Kalampalikis, N. (2004). Qu'est-ce que les focus groups ? *Bulletin de psychologie*, 57, 237-243.
- Klein, N., & Steffoff, R. (2021). *Vaincre l'injustice climatique et sociale: feuilles de combat à l'usage des jeunes générations*. Actes sud.
- Klenert, D., Funke, F., Mattauch, L., & O'Callaghan, B. (2020). Five Lessons from COVID-19 for Advancing Climate Change Mitigation, *Environmental and Resource Economics*, 76(4), 751-778.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?, *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- La fresque du climat* (2022). Site Internet [online] <https://fresqueduclimat.org/projet/association/> (28 September 2022)

- Lachance, G., Baudouin, Y., & Guay, Fr. (2006). Étude des îlots de chaleur montréalais dans une perspective de santé publique, *Bise - Bulletin d'information en santé environnementale*, vol. 17(3), mai-juin 2006 [online] http://www.ssentis.uvsq.fr/IMG/pdf/BISE_volume_17_no3_îlots_de_chaleur_urbains_.pdf (22 September 2022)
- Laugier, S., Falquet, J. & Molinier, P. (2015). Genre et inégalités environnementales : nouvelles menaces, nouvelles analyses, nouveaux féminismes : Introduction, *Cahiers du Genre*, 59, 5-20. <https://doi.org/10.3917/cdge.059.0005>
- Laurent, É. (2018). La transition sociale-écologique : récit, institutions et politiques publiques, *Cités*, 76(4) : 31-40.
- Le Marec, J. (2005). Ignorance ou confiance : le public dans l'enquête, au musée et face à la recherche. In Isabelle Pailliart (coord.), *Publiciser la science. Exposer, communiquer, débattre, publier, vulgariser*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, 2005, 75-88.
- Lecerf, M. (2017). *Qui sont les NEET ? Être jeune sans emploi, éducation ni formation aujourd'hui*. Service de recherche pour les députés, Service de recherche du Parlement européen, PE 599.360. [online] [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599360/EPRS_BRI\(2017\)599360_FR.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599360/EPRS_BRI(2017)599360_FR.pdf) (23 September 2022)
- Lee, K., Gjersoe, N., O'Neill, S. & Barnett, J. (2020). Youth perceptions of climate change: A narrative synthesis, *WIREs Climate Change* 11. doi: 10.1002/wcc.641
- Lee, T. M., Markowitz, E. M., Howe, P. D., Ko, C. Y., & Leiserowitz, A. A. (2015). Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world, *Nature Climate Change*, 5(11), 1014-1020.
- Lee, N.-J., Shah, D. V., & McLeod, J. M. (2013). Processes of Political Socialization: A Communication Mediation Approach to Youth Civic Engagement, *Communication Research*, 40(5), 669-697.
- Lefébure, A. (2020). Ecological aspirations of youth: how higher education could fall between two stools. In Henry, C., Rockström, J. & Stern, N. (éds). *Standing up for a Sustainable World. Voices of change*, 239- 46, Edward Elgar Publishing.
- Lehtonen, A. (2012). Future Thinking and Learning in Improvisation and a Collaborative Devised Theatre Project within Primary School Students, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 45, 104-113. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.547>
- Léon, M. (2015). Des initiatives syndicales pour le climat et une transition juste. *Annales des Mines - Responsabilité et environnement*, 77, 69-72. <https://doi.org/10.3917/re1.077.0069>
- Li, J., Sun, L., Feng, X., He, P. & Zhang, Y. (2021). Social media communication of the scientific and technological literature in emergency under COVID-19, *Library Hi Tech*, Vol. 39 No. 3, 796-813.
- Libaert, Th. (2019). *La communication environnementale*. Paris : CNRS Éditions.
- Libaert, Th. (2020). *Des vents porteurs : comment mobiliser (enfin) pour la planète*. Paris : le Pommier.
- Lits, G., Coughon, L.A., Heeren, A., Hanseeuw, B. & Gurnet, N. (2020). *Analyse de « l'infodémie » de Covid-19 en Belgique francophone*. Rapport pour l'Observatoire de recherche sur les médias et le journalisme (en ligne) <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/fr/object/boreal%3A229750/datastreams> (28 September 2022)
- Mack, K., Kruszelnicki, K., Randall, L., Wade, J., Al-Khalili, J., & Vedral, V. (2020). Reaching out, *Nature Reviews Physics*, 2(6), 282-284.
- Majeed, H., & Lee, J. (2017). The impact of climate change on youth depression and mental health, *Lancet Planet Health*, June, 1(3) : e94-e95. doi: 10.1016/S2542-5196(17)30045-1
- Marks, E., Hickman, C., Pihkala, P., Clayton, S., Lewandowski, E.R., Mayall, E.E., Wray, B., Mellor, C., et van Susteren, L. (2021). Young People's Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon, *SSRN Electronic Journal* [En ligne] https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3918955 (20 September 2022). doi:10.2139/ssrn.3918955
- Marlon, J.R., Bloodhart, B., Ballew, M.T., Rolfe-Redding, J., Roser-Renouf, C., Leiserowitz, A. & Maibach, E. (2019). How Hope and Doubt Affect Climate Change Mobilization, *Frontiers in Communication* 4. doi: 10.3389/fcomm.2019.00020
- Marshall, G. (2017). *Le Syndrome de l'autruche. Pourquoi notre cerveau veut ignorer le changement*

climatique. Acte Sud.

- McDonald, R.I., Chai, H.Y. & Newell, B.R. (2015). Personal experience and the 'psychological distance' of climate change: An integrative review, *Journal of Environmental Psychology*, Volume 44, Pages 109-118, ISSN 0272-4944.
- Mckenzie-Mohr, D. (2000). New ways to promote proenvironmental behavior: Promoting sustainable behavior: An introduction to community-based social marketing, *Journal of social issues*, 56(3), 543-554.
- Medugorac, V., Šverko, I., & Babarović, T. (2020). Careers in sustainability: an application of Social Cognitive Career Theory, *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 20. doi: 10.1007/s10775-019-09413-3
- Mesghouni, D. (2020). Vulgariser la prévention du Covid-19 sur le site de l'OMS : Questions de rhétorique ?, *Studii și cercetări filologice, Seria Limbi Străine Aplicate*, 19 : 91-100 [en ligne] <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1130345> (26 September 2022)
- MiiL (2022). *Dialogues intergénérationnels sur les enjeux climatiques*. Vidéo conçue dans le cadre du projet Seniors4Climate, financé par la Fondation Roi Baudouin.
- Monroe, M. C., Plate, R. R., Oxarart, A., Bowers, A., & Chaves, W. A. (2019). Identifying effective climate change education strategies: A systematic review of the research, *Environmental Education Research*, 25(6), 791-812.
- Morin, É., Therriault, G., & Bader, B. (2019). Le développement du pouvoir agir, l'agentivité et le sentiment d'efficacité personnelle des jeunes face aux problématiques sociales et environnementales : apports conceptuels pour un agir ensemble, *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE* (51). doi: 10.4000/edso.5821
- Morin, É., Therriault, G., & Bader, B. (2022). Le développement du sentiment de pouvoir agir des jeunes face aux changements climatiques à l'école secondaire. *Éducation relative à l'environnement. Regards - Recherches - Réflexions*, Vol. 17(1). doi: 10.4000/ere.7710
- Musolff, A., Breeze, R., Kondo, K., & Vilar-Lluch, S. (2022) (eds). *Pandemic and Crisis Discourse: Communicating COVID-19 and Public Health Strategy*. Bloomsbury.
- Napawan, N. Cl., Simpson, S-A. et Snyder, B. (2017). Engaging Youth in Climate Resilience Planning with Social Media: Lessons from #OurChangingClimate, *Urban Planning*, 2(4) : 51-63. doi: 10.17645/up.v2i4.1010
- Nielsen, R. K., Fletcher, R., Newman, N., Brennen, J. S., & Howard, P. N. (2020). *Navigating the 'Infodemic': How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus*, Rapport pour le ReutersInstitute for the Study of Journalism [en ligne] <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-04/Navigating%20the%20Coronavirus%20Infodemic%20FINAL.pdf> (28 September 2022)
- O'Brien, K., Selboe, E., & Hayward, B. (2018). Exploring youth activism on climate change: Dutiful, disruptive, and dangerous dissent, *Ecology and Society*, 23. doi: 10.5751/ES-10287-230342
- OCDE (2021). *Jeunes et le marché du travail - Jeunes déscolarisés sans emploi (NEET)*, Données de l'OCDE [online] <http://data.oecd.org/fr/youthinac/jeunes-descolarises-sans-emploi-neet.htm> (23 September 2022)
- Ojala, M. & Bengtsson, H. (2019). Young People's Coping Strategies Concerning Climate Change: Relations to Perceived Communication With Parents and Friends and Proenvironmental Behavior, *Environment and Behavior* 51(8) : 907-35. doi: 10.1177/0013916518763894
- Ojala, M. (2013). Coping with Climate Change among Adolescents : Implications for Subjective Well-Being and Environmental Engagement, *Sustainability*, 5(5), 2191-2209. <https://doi.org/10.3390/su5052191>
- Ojala, M. (2015). Climate change skepticism among adolescents, *Journal of Youth Studies*, 18(9), 1135-1153. Ojala, M., & Lakew, Y. (2017). Young People and Climate Change Communication, *Oxford Research Encyclopedia of Climate Science*. doi: 10.1093/acrefore/9780190228620.013.408
- Organisation internationale du travail (2022). *Tendances mondiales des jeunes 2022. Investir dans la transformation de l'avenir des jeunes*, Résumé analytique [en ligne]

- https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_853330.pdf (30 September 2022)
- Östman, J. (2014). The Influence of Media Use on Environmental Engagement : A Political Socialization Approach, *Environmental Communication*, 8(1), 92-109.
- Parant, A., Pascual, A., Jugel, M., Kerroume, M., Felonneau, M. L., & Gueguen, N. (2017). Raising students awareness to climate change: An illustration with binding communication, *Environment and Behavior*, 49(3), 339-353.
- Pedrozo, S. (2013). New Media Use in Brazil: Digital Inclusion or Digital Divide?, *Online Journal of Communication & Media Technologies*, 3, no. 1: 144-62.
- Peters, G.-J., Ruiter, R.A. et Kok., G., (2013). Threatening communication: a critical re-analysis and a revised meta-analytic test of fear appeal theory, *Health Psychology Review*, 7 (Suppl 1) : S8-31. doi: 10.1080/17437199.2012.703527
- Pidgeon, N. (2012). Climate Change Risk Perception and Communication : Addressing a Critical Moment?, *Risk Analysis*, 32(6), 951-956.
- Place, D., & Vincent, B. (2009). L'influence des caractéristiques sociodémographiques sur les diplômés et les compétences. *Economie et Statistique*, 424(1), 125-147. <https://doi.org/10.3406/estat.2009.8034>
- Pleyers, G. (2016). Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes, *Agora débats/jeunesses* 72(1): 107-22. doi: 10.3917/agora.072.0107
- PNUD (2021). *Programme des nations unies pour le développement*. Rapport annuel 2021 [online] <https://annualreport.undp.org/assets/UNDP-Annual-Report-2021-fr.pdf> (20 September 2022)
- Pollet, D. & de Thier, V. (2016). *GÉNÉRATION WHAT? : POURQUOI, QUOI ?* Analyse FAPEO - Fédération des Associations de Parents de l'Enseignement Officiel 2016-14/15.
- Quéniart, A., & Jacques, J. (2008). Trajectoires, pratiques et sens de l'engagement chez des jeunes impliqués dans diverses formes de participation sociale et politique, *Politique et Sociétés* 27(3) : 211-42. doi: 10.7202/029853ar
- Quintano, C., Mazzocchi, P. & Rocca, A. (2018). The determinants of Italian NEETs and the effects of the economic crisis. *Genus*, 74, 5. [online] <https://genus.springeropen.com/articles/10.1186/s41118-018-0031-0#citeas> (23 September 2022)
- Rodwell, L., Romaniuk, H., Nilsen, W., Carlin, J., Lee, K., & Patton, G. (2018). Adolescent mental health and behavioural predictors of being NEET: A prospective study of young adults not in employment, education, or training, *Psychological Medicine*, 48(5), 861-871. doi:10.1017/S0033291717002434
- Roland Berger (2021). *Skills roadmap for the Flemish climate transition. Focus op de energie-intensieve sectoren [2020-2035]*, Étude réalisée à la demande de la ministre flamande de l'Emploi Hilde Crevits [online] <https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/44786> (19 September 2022).
- Rosset, J. & Félix, A. (2022). Chez les jeunes, les femmes sont plus enclines à agir pour l'environnement que les hommes et les non-binaires, *La Revue durable* (67) : 34.
- Rossmann, G. B., & Wilson, B. L. (1985). Numbers and Words : Combining Quantitative and Qualitative Methods in a Single Large-Scale Evaluation Study. *Evaluation Review*, 9(5), 627-643. <https://doi.org/10.1177/0193841X8500900505>
- Roudet, B., & Tchernia, J.-F. (2001). Chapitre 2 : L'amitié, une valeur toujours centrale, *Débats Jeunesses*, 8(1), 47-59.
- RTBF (2016). *Génération quoi ? Grande enquête RTBF auprès des jeunes Belges* [online] <http://generation-quoi.rtfb.be/> (19 September 2022)
- Ruesga-Benito, S. M., González-Laxe, F., & Picatoste, X. (2018). Sustainable Development, Poverty, and Risk of Exclusion for Young People in the European Union: The Case of NEETs. *Sustainability* 10(12): 1-15.
- Sadzot, H. (2021). *Quelles perspectives d'emploi pour les personnes éloignées de l'emploi dans le secteur de la transition écologique ?*, Mémoire de Master, Promoteur : Prof. Moreau, Université de Liège.

- Samofalova, Y. ; Catellani, A. ; Cougnon, L.-A. (2021). *Implication de la nature dans la communication sur le changement climatique : analyse multimodale de l'évolution des stratégies communicationnelles des comptes officiels de COPs sur Instagram*. Communication orale à la Conférence sur la recherche interdisciplinaire et transdisciplinaire « Transition et Développement Durable », UCLouvain, Louvain-la-Neuve, 26/11/2021.
- Sass, W., Boeve-de Pauw, J., De Maeyer, S. & Van Petegem, P. (2021a) Development and validation of an instrument for measuring action competence in sustainable development within early adolescents: the action competence in sustainable development questionnaire (ACiSD-Q), *Environmental Education Research*, 27:9, 1284-1304.
- Sass, W., Quintelier, A., Boeve-de Pauw, J., De Maeyer, S., Gericke, N. & Van Petegem, P. (2021b) Actions for sustainable development through young students' eyes, *Environmental Education Research*, 27:2, 234-253.
- Shaw, C., Doyle, J., Chiari, S., Sonja, V., Hazel, B., & Pearl, P. (2019). *Recommendations for engaging young people with climate change*, Rapport pour le projet cli-Mates [online] <https://talk.eco/wp-content/uploads/Climate-Outreach-Recommendations-for-engaging-young-people-with-climate-change-campaigns-CliMates.pdf> (28 September 2022)
- Sheeran, P., Harris, P. R., & Epton, T. (2014). Does heightening risk appraisals change people's intentions and behavior? A meta-analysis of experimental studies. *Psychological Bulletin*, 140(2), 511-543.
- Simões, Fr., & Brito do Rio, N. (2020). How to Increase Rural NEETs Professional Involvement in Agriculture? The Roles of Youth Representations and Vocational Training Packages Improvement, *Journal of Rural Studies*, 75 : 9-19. doi: 10.1016/j.jrurstud.2020.02.007
- Sinakou, E., Donche, V., Boeve-de Pauw, J., & Van Petegem, P. (2021). Development and validation of a questionnaire on teachers' instructional beliefs and practices in education for sustainable development, *Environmental education research*, 27(9), 1305-1328.
- Sinakou, E., Donche, V., Boeve-de Pauw, J., & Van Petegem, P. (2019). Designing powerful learning environments in education for sustainable development: A conceptual framework. *Sustainability*, 11(21), 5994
- Ståhl, M., & Kaihiovirta, H. (2019). Exploring visual communication and competencies through interaction with images in social media, *Learning, Culture and Social Interaction*, Volume 21, 250-266, ISSN 2210-6561.
- Stankuniene, G., Streimikiene, D. & Kyriakopoulos, G. L. (2020). Systematic Literature Review on Behavioral Barriers of Climate Change Mitigation in Households. *Sustainability*, 12(18), 7369. <https://doi.org/10.3390/su12187369>
- Statbel (2016). *NEET | Statbel*. [online] <https://statbel.fgov.be/fr/themes/emploi-formation/formation-et-enseignement/neet#news> (6 juin 2022)
- Statbel (2020). *La Belgique comptait 11.492.641 habitants au 1er janvier 2020*. [en ligne] <https://statbel.fgov.be/fr/nouvelles/la-belgique-comptait-11492641-habitants-au-1er-janvier-2020> (30 September 2022)
- Statbel (2022). *Structure de la population | Statbel*. [online] <https://statbel.fgov.be/fr/themes/population/structure-de-la-population#news> (30 September 2022)
- Steinberg, L., & Morris, A. (2001). Adolescent Development, *Journal of Cognitive Education and Psychology*, 2, 55-87. <https://doi.org/10.1891/194589501787383444>
- Stevenson, K., & Bradshaw, A. (2016). How Climate Change Beliefs among U.S. Teachers Do and Do Not Translate to Students, *PLOS ONE*, 11 : e0161462. doi: 10.1371/journal.pone.0161462
- Stevenson, K.T., Peterson, M.N., & Bondell, H.D. (2019). The influence of personal beliefs, friends, and family in building climate change concern among adolescents, *Environmental Education Research*, 25(6) : 832-45. doi: 10.1080/13504622.2016.1177712

- Sulich, A., Rutkowska, M., & Popławski, L. (2020). Green jobs, definitional issues, and the employment of young people: An analysis of three European Union countries, *Journal of Environmental Management*, 262: 110314.
- Sulich, A., & Zema, T. (2018). Green jobs, a new measure of public management and sustainable development, *EUROPEAN JOURNAL OF ENVIRONMENTAL SCIENCES*, 8, 69-75.
- Tannenbaum, M. B., Hepler, J., Zimmerman, R. S., Saul, L., Jacobs, S., Wilson, K., & Albarracín, D. (2015). Appealing to fear: A meta-analysis of fear appeal effectiveness and theories. *Psychological bulletin*, 141(6), 1178.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2008). *Foundations of Mixed Methods Research : Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*. SAGE Publications.
- Tong, A., Sainsbury, P., Craig, J. (2007). *Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): A 32-item checklist for interviews and focus groups*. *International journal for quality in health care*, 19(6), pp. 349-357. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzm042>
- Uitto, A., Boeve-de Pauw, J., & Saloranta, S. (2015). Participatory School Experiences as Facilitators for Adolescents' Ecological Behavior, *Journal of Environmental Psychology* 43 : 55-65. doi: 10.1016/j.jenvp.2015.05.007
- UNESCO (2015). *Déclaration d'Incheon et Cadre d'action pour la mise en œuvre de l'Objectif de développement durable 4, Education 2030-UNESCO* [en ligne] <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/education-2030-incheon-framework-for-action-implementation-of-sdg4-2016-fr.pdf> (30 September 2022)
- UNESCO (2020). *4ème rapport mondial sur l'apprentissage et l'éducation des adultes: ne laisser personne pour compte: participation, équité et inclusion*, Institut de l'UNESCO pour l'apprentissage tout au long de la vie, UNESCO Bibliothèque Numérique [en ligne] <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372725> (29 September 2022)
- Valérie Masson-Delmotte, Améline Vallet, Sophie Laval-Szopa, Jean-Michel Lourtioz. *Aller vers une transition écologique juste*. Jean-Michel Lourtioz ; Jane Lecomte ; Sophie SZOPA; Catherine EVEN; Guillaume ROUX. *Enjeux de la transition écologique*. Enseigner la transition écologique aux étudiants de licence à l'université, chapitre 12, EDP Sciences, pp.353 - 372, 2021, 978-2-7598-2662-9.
- van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the Public against Misinformation about Climate Change, *Global challenges*, Vol. 1(2), 1600008.
- van der Linden, S. (2015). The Social-Psychological Determinants of Climate Change Risk Perceptions: Towards a Comprehensive Model, *Journal of Environmental Psychology* 41:112-24. doi: 10.1016/j.jenvp.2014.11.012
- van Valkengoed, A. M., & Steg, L. (2019). Meta-analyses of factors motivating climate change adaptation behaviour. *Nature Climate Change*, 9(2), 158-163.
- Vendramin, P. (2018). *Jeunes et travail en Belgique. Enquête auprès des jeunes de 18 à 30 ans*, une étude des jeunes de la CSC, Chaire Travail Universités, UCL-Cirtes [online] https://www.jeunes-csc.be/sites/default/files/documents-download/jeunes_et_travail_en_belgique.pdf (3 October 2022)
- Waeterloos, C., Conradie, P., Walrave, M. & Ponnet, K. (2021). Digital Issue Movements: Political Repertoires and Drivers of Participation among Belgian Youth in the Context of 'School Strike for Climate', *Sustainability*, 13, 9892. <https://doi.org/10.3390/su13179892>
- Way, A.K., & Malvini-Redden, S. (2017). The study of youth online: a critical review and agenda, *Review of Communication*, 17:2, 119-136.
- WCED (1987). *Brundtland Report. Report of the World Commission on Environment and Development : Our Common Future*, Report for the United Nations General Assembly, 42 session [online] <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> (3 October 2022)

- Weber, E.U. (2010). What Shapes Perceptions of Climate Change?, *WIREs Climate Change*, 1(3) : 332-42. doi: 10.1002/wcc.41
- White, R. (2011). Climate Change, Uncertain Futures and the Sociology of Youth, *Youth Studies Australia*, 30(3) :13-19. doi: 10.3316/ielapa.328755440303567.
- Wijetunga, D. (2014). The Digital Divide Objectified in the Design: Use of the Mobile Telephone by Underprivileged Youth in Sri Lanka, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, no. 3: 712-26.
- Wynes, S., (2017). The climate mitigation gap: education and government recommendations miss the most effective individual actions. *Environmental Research Letters*, 12(7), 074024.
- Xie, B., Brewer, M.B., Hayes, B.K., McDonald, R.I., & Newell, B.R. (2019). Predicting climate change risk perception and willingness to act, *Journal of Environmental Psychology*, Volume 65, 2019, 101331, ISSN 0272-4944.
- Zakaria, F. (2020). *The pandemic is too important to be left to the scientists*, Article de presse dans le Washington Post, 30 avril 2020 [online] https://www.washingtonpost.com/opinions/itll-take-more-than-just-scientists-to-stem-this-pandemic/2020/04/30/9ee1daf6-8b1d-11ea-9dfd-990f9dcc71fc_story.html (28 September 2022)
- Zamora-Polo, F., Sánchez-Martín, J., Corrales-Serrano, M. & Espejo-Antúnez, L. (2019). What Do University Students Know about Sustainable Development Goals? A Realistic Approach to the Reception of This UN Program Amongst the Youth Population, *Sustainability* 11(13): 3533.