

WEB WIJSHEID WETENSCHAP

HET WWW VAN MEDIAOPVOEDING

Adviesrapport mediaopvoeding

Lectoraat Nieuwe Media

in vorming en onderwijs

Driestar Hogeschool

Henriëke van Dam

Universiteit Leiden



Inhoudsopgave

Inleiding	3
I. Mediagebruik: kenmerken naar leeftijd.....	5
II. Mediagebruik: risico's en verrijksfactoren.....	6
III. Mediaopvoeding: kenmerken van kindbegeleiding	8
IV. Mediaopvoeding: stijlen in oudergedrag.....	10
V. Mediaopvoeding: knelpunten en gaten.....	14
VI. Mediaopvoeding: interventies en vormen van hulp.....	17
VII. Mediaopvoeding: aanbevelingen voor de praktijk	18
Bibliografie	22



Inleiding

Twitter, Facebook, Tinder, WhatsApp en YouTube: kinderen die opgroeien in deze eeuw, kennen geen wereld zonder media. Al vanuit de box worden kinderen geconfronteerd met deze multimediale samenleving. Iets minder dan de helft van de kinderen onder één jaar, speelt regelmatig met een tablet. En van de Nederlandse peuters en kleuters maakt 70 procent vaak gebruik van dit medium. Het tabletgebruik is voor deze jonge kinderen goed voor 22 minuten per dag (Mediawijzer.net, 2014a). Onderzoek van Mijn Kind Online (Pijpers, 2011) vond daarnaast dat 60 procent van de kinderen tot acht jaar, die opgroeien in een huis met een pc, ook op deze pc mag spelen. Wordt gekeken naar het mediagebruik van jongeren in de leeftijd van 12 tot en met 25 jaar, dan zijn de cijfers nog veel hoger: het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2014) toont dat 100 procent van de Nederlandse jongeren toegang heeft tot internet. Nog eens 100 procent van de jeugd beschikt over een computer. Daarnaast heeft 89 procent van deze jongeren een mobiel met toegang tot internet.

De frequentie van het mediagebruik van jongeren wordt jaarlijks onderzocht met het IVO monitor onderzoek naar internet en jongeren. In 2012 werden meer dan drieduizend scholieren in de leeftijd van 12 tot en met 15 jaar bevroegd over hun mediagebruik. Dit onderzoek wees uit dat de jongeren gemiddeld 16 uur per week actief zijn op internet (Van Rooij & Schoenmakers, 2013). Worden de cijfers bekeken van marktonderzoek naar internetgebruik onder jongeren, dan levert dit aantallen op die variëren van 4,3 uur per etmaal (Youngworks, 2011) tot wel 12 uur per dag (W., 2007). Deze resultaten kunnen echter een overschatting zijn van het daadwerkelijke mediagebruik, door gebreken in de onderzoeksmethode. Zo levert het gebruik van zelfrapportage

via internet of van een te ruime aanduiding van het concept 'mediagebruik' veelal hogere aantallen op. **Echter, duidelijk is dat het mediagebruik onder kinderen en jongeren niet meer weg te denken is uit hun dagelijks leven.** Gezien de bovengenoemde cijfers, zullen kinderen gedurende hun verder leven alleen nog maar meer in aanraking komen met moderne media. Daarom is het uiterst belangrijk om (het leren omgaan met) media op te nemen in het opvoedingscurriculum van deze tijd.

Dit adviesrapport gaat in op de huidige stand van zaken rond mediaopvoeding. Het doel van dit document is het geven van inzicht in de actuele wetenschappelijke literatuur rond mediaopvoeding onder kinderen van 0 t/m 11 jaar. Zo kunnen aanbevelingen worden gedaan aan opvoeders in de breedste zin van het woord. Bewust is gekozen om te focussen op het jonge kind, aangezien de jonge mediaopvoeding de basis vormt voor het verder. De leeftijdsgrens van 11 jaar is gekozen omdat de meeste kinderen vanaf hun twaalfde jaar op de middelbare school hun lessen volgen. Dit betekent veelal dat nieuwe invloeden en een puberale houding een rol gaan spelen in het mediagebruik. Deze leeftijdsfase behoeft daarom wellicht een andere aanpak van mediaopvoeding. Wel zullen enkele feitelijke gegevens van jongeren boven de 11 jaar de revue passeren in het hoofdstuk 'Kenmerken van mediagebruik'. De gedachte hierachter is dat ouders van jonge kinderen wel moeten weten in welke 'mediafase' hun kind hoopt te komen na de basisschool. Dit toont de ouders des te meer hoe belangrijk een vroege mediaopvoeding is. **Want op jonge leeftijd wordt de basis gelegd van het mediagedrag van het kind,** die meegenomen wordt gedurende het hele leven.



I. Mediagebruik: kenmerken naar leeftijd

Aan het begin van dit rapport verdienen twee zaken de aandacht. Allereerst heeft ‘mediagebruik’ in dit document de betekenis van *alle activiteiten die kinderen online en offline verrichten via de pc en de gsm*. Hierbij worden ‘pc’ en ‘gsm’ in de ruimste zin van het woord verstaan: van laptop tot iPad en van de meest eenvoudige mobiel tot de nieuwste iPhone. Media als de TV of de Game Boy worden niet meegenomen. Daardoor vervalt de gebruikelijke wetenschappelijke aanduiding van ‘beeldschermtijd’ (Wiecha, Sobol, Peterson, & Gortmaker, 2001) om het mediagebruik van kinderen aan te duiden. De lezer dient zich ten tweede te realiseren dat alle gegevens van mediagebruik, in dit rapport genoemd, slechts van tijdelijke aard zijn. Wordt bijvoorbeeld gekeken naar de tijd die kinderen en jongeren doorbrengen achter hun pc of gsm, dan moet geconcludeerd worden dat deze tijdsduur de afgelopen jaren een stijgende trend vertoonde (Van Rooij & Schoenmakers, 2013; Mediawijzer.net, 2014a). Als deze trend zich voortzet, zullen de actuele cijfers van mediagebruik nog hoger liggen dan genoemd. **Media en mediagebruik kenmerken zich door vluchtigheid en veranderlijkheid** (Beentjes, Koolstra, Marseille, & Van der Voort, 2013).

Het jonge kind

Internetgebruik is naast vluchtig ook leeftijdsgebonden. In 2014 rapporteerden de ouders van jonge kinderen dat hun kind de meeste internettijd besteedde aan YouTube om filmpjes te bekijken of muziek te luisteren. Worden de kinderen echter ouder, dan gaan ze actiever gebruik maken van internet. Kinderen vanaf vier jaar zijn steeds meer te vinden op educatieve sites en spelletjessites (Pijpers, 2011). Internationaal onderzoek toont verder aan dat weer oudere jeugd veel tijd besteedt aan sociale media. Daarbij zijn Nederlandse kinderen van 9 tot en met 12 jaar koploper in het gebruik van sociale netwerk sites. Gemiddeld 70 procent van de kinderen heeft een eigen netwerkprofiel. In geheel Europa ligt dit gemiddelde percentage op slechts 38 procent (Livingstone, Ólafsson, O’Neill, & Donoso, 2012). Besteden kinderen van 6 tot 11 jaar gemiddeld 9 minuten per dag aan sociale media, bij kinderen van 11 jaar is dit aantal gestegen tot 25 minuten per dag (SPOT, 2012). Ten slotte komt het mobiele telefoongebruik op deze leeftijden meer op de voorgrond te staan. Onder de kinderen

van 8 jaar heeft bijna een kwart zelf een mobieltje terwijl dit percentage onder de 11-jarigen op 69 procent ligt (Duimel, Pijpers, & Borgdorff, 2012).

Het oudere kind

Bij kinderen ouder dan 12 jaar verandert het mediagebruik opnieuw. Deze jongeren gebruiken internet dagelijks of zeer regelmatig voor hun schoolwerk (Livingstone, Haddon, Görzig, & Ólafsson, 2011). Nederlandse jongeren besteedden in 2012 daarnaast de meeste tijd aan Twitter, Youtube en Instant Messenger, alsook aan online gamen en sociaal netwerken (Van Rooij & Schoenmakers, 2013). Het *actief* gebruikmaken van media komt nu op de voorgrond. Livingstone, Haddon, Görzig en Ólafsson (2011) schrijven in hun rapport dat de hoogste trappen van mediagebruik liggen in het respectievelijk downloaden en delen van muziek en bestanden en in het zelf onderhouden van blogs, chatrooms en sites. Slechts 30 tot 50 procent van de jongeren behaalt dit stadium. Wel kent 70 procent van de jongeren de belangrijkste vaardigheden voor veilig en actief internetgebruik. Deze jongeren kunnen berichten blokkeren, websites markeren en instellingen rond privacy wijzigen (Livingstone, Haddon, Görzig, & Ólafsson, 2011). **In de pubertijd komen er verschillen in het internetgebruik tussen jongens en meisjes.** Jongens gamen vooral en zij downloaden veel, terwijl meisjes de meeste internettijd besteden aan Twitter, Instant Messenger en sociale netwerken (Van Rooij & Schoenmakers, 2013). Al deze laatste gegevens dienen ter illustratie voor de omvang van mediagebruik in het dagelijks leven. De volgende alinea’s zullen zich alleen focussen op het (school-)kind.

II. Mediagebruik: risico's en verrijksfactoren

Het gebruik van digitale media door kinderen kan zowel een risico voor een negatieve ontwikkeling zijn als een verrijking voor een goede ontwikkeling. In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van beide kanten van deze medaille.

Risico's op sociale media

Wat de risico's betreft, deze komen vooral voor op het gebied van sociale media. Jongeren met een profiel op sociale netwerksites, lopen significant meer risico's op internet dan jongeren zonder profiel (Fogel & Nehmad, 2009). In interacties kunnen jongeren namelijk te veel privacy weggeven (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009), te ver gaan op seksueel gebied (Guana & Subrahmanyam, 2009) of te maken krijgen met cyberpesten (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009; Guana & Subrahmanyam, 2009). **Jongens nemen daarbij meer risico's dan meisjes** en zij geven meer privé-informatie weg, zoals hun telefoonnummer en adres (Fogel & Nehmad, 2009). Het posten van persoonlijke informatie is echter niet meteen risicogedrag te noemen. Veelal is dit gedrag alleen bij kwetsbare jongeren de aanzet tot negatieve gevolgen (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009). Zo worden mishandelde en misbruikte meisjes significant vaker seksueel lastig gevallen op internet (Guana & Subrahmanyam, 2009) en zo zijn jonge pubers meer toegankelijk voor vreemden en daders (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009).

Kenmerken van risico's

Het gevaar van online contacten ligt in het feit dat jongeren zich veilig voelen achter hun scherm, waardoor zij zich letterlijk en figuurlijk eerder bloot geven. Vaak begint verkeerd seksueel gedrag met een onschuldig en goed online gesprek. De dader bouwt een virtuele relatie op met het slachtoffer, waardoor het slachtoffer niet meer scherp heeft welk gedrag over de grens gaat en wat de dader niet mag vragen (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009). **Ook bij cyberpesten speelt de virtuele afstand tussen dader en slachtoffer een rol: de dader ondervindt niet wat voor gevolg zijn daden teweegbrengen bij het slachtoffer.** Schelden en roddelen zijn de twee meest voorkomende vormen van cyberpesten. De gevolgen van dit pestgedrag kunnen variëren van internaliserend probleemgedrag, als sociale angst, tot externaliserend middelengebruik (Guana &

Subrahmanyam, 2009). Krantenberichten tonen herhaaldelijk dat cyberpesten ook kan leiden tot het plegen van suïcide (Hoogendijk, 2014). Dit zou kunnen samenhangen met het feit dat online materiaal bijna niet meer te verwijderen is van internet. Seksueel getinte beelden van jongeren of bepaalde pestuitingen blijven het slachtoffer achtervolgen (Dowell, Burgess, & Cavanaugh, 2009) waardoor de jongere zelf niet meer weet hoe verder te leven.

Cijfers over internetrisico's

In Nederland heeft 43 procent van de jongeren minstens één keer iets vervelends meegemaakt op internet en driekwart van deze ervaringen vond plaats op sociale media. Cyberpesten komt het meest voor als negatieve ervaring (47 procent). Daarna volgt het worden lastigvallen door een onbekend persoon (23 procent) en het ondervinden van misbruik (15 procent). Onder dit laatste valt het last hebben van hackers, virtuele diefstal of foto- en videomisbruik. Online seks wordt onder jongeren het minst gerapporteerd als negatieve internetervaring: 11 procent van de jongeren kreeg hiermee te maken, waarbij zij vooral ongewenste beelden zagen of benaderd werden voor seks (Heinen, 2014).

Internetverslaving

Een nog ongenoemd risico van (veelvuldig) internetgebruik betreft de ontwikkeling van een internetverslaving (Guana & Subrahmanyam, 2009). Bij deze relatief nieuwe verslaving ontvlucht de persoon de werkelijkheid door overmatig internetgebruik. Het denkpatroon van de jongere cirkelt rond internet en veelal is er ook sprake van overmatig game- en chatgedrag. Dit virtuele gedrag heeft een negatieve invloed op het sociaal en emotioneel functioneren van de persoon alsook op het algehele welbevinden. Psychische problemen komen veel voor onder deze groep jongeren (Guana & Subrahmanyam, 2009). In Nederland heeft 6 procent van de jongeren last van een internetverslaving (Van Rooij & Schoenmakers, 2013; Gillebaard & Jager, 2011). Nog eens 17 procent van de jongeren ligt in de hoogrisicogroep (Gillebaard & Jager, 2011).

Breinontwikkeling

Een laatste gebied van internetrisico's betreft het brein. Steeds



meer breinonderzoekers en internetcritici publiceren artikelen of boeken met daarin de dringende boodschap dat internetgebruik slecht is voor de hersenen (Spitzer, 2013; Carr, 2008; Carr, 2011). Internet zou ons geheugen kapot maken en breinfuncties lamleggen. Echter, de onderzoeken naar breingevoelgen door internetgebruik staan nog erg in de kinderschoenen en de longitudinale gevolgen van opgroeien in een online wereld kunnen nog niet worden onderzocht. Daarom is een sluitend antwoord op dit vraagstuk nog niet mogelijk. **Wel dienen internetgebruikers zich ervan bewust te zijn dat hun gedrag op de lange termijn schadelijke breineffecten zou kunnen hebben.** Matigheid en voorzichtigheid zijn twee waarden die in dit kader sterk aanbevolen worden bij mediagebruik.

Positieve kanten

Brengt internetgebruik alleen risico's en negatieve effecten met zich mee? Nee, zeker niet. Meer en meer komt er ook aandacht voor de positieve kanten van mediagebruik. Internetgebruik ondersteunt de offline vriendschappen van jongeren en helpt sociaal zwakke jongeren sterker te worden (Guana & Subrahmanyam, 2009). Jongeren delen gemakkelijker informatie met elkaar en zijn sneller in het opzoeken van informatie (Sparrow, Liu, & Wegner, 2011). Tenslotte biedt internet vele mogelijkheden om

samen te werken, nieuwe contacten op te doen, digitale producten te produceren en onnoemelijk veel informatie te consumeren (Jarvis, 2009). De jeugd zelf kan al produceren, waardoor zij hun levens kunnen documenteren. Daarnaast kunnen zij hun ideeën en ontwerpgevallen inzetten voor goede doeleinden, zoals het promoten van gezond gedrag onder andere jongeren. Vice versa kan het internet gebruikt worden als eenvoudig en toegankelijk middel om jongeren met problemen te helpen (Guana & Subrahmanyam, 2009). Zo wordt steeds duidelijker dat internet een positieve ontwikkeling kan stimuleren bij jongeren die de sterke kanten van internetgebruik opzoeken (Sparrow, Liu, & Wegner, 2011). Jarvis (2009) stelt hierover in zijn boek *What would Google do?* dat hedendaagse jongeren vooral moeten leren om veel samen te werken en veel door te linken naar aanvullende informatie. Het internet lokt uit om een allrounder te worden en allerlei informatie oppervlakkig door te nemen. Echter, jongeren moeten zich blijven specialiseren in bepaalde kennis en vakgebieden. Zo zal internet alleen maar voor verbreding en verdieping zorgen. Hieruit blijkt dat internet de huidige generaties jongeren veel voordelen kan bieden. **Deze voordelen mogen zeker niet over het hoofd worden gezien door angst voor de risico's van internetgebruik.**

III. Mediaopvoeding: kenmerken van kindbegeleiding

Na een beschouwing over het mediagebruik onder jongeren en de mogelijke risico's hiervan, is het belangrijk om te kijken naar de mediaopvoeding in gezinnen. Onder mediaopvoeding wordt in dit rapport verstaan: alle inspanningen die opvoeders verrichten om het kind te begeleiden tot het zelfstandig en wijs kunnen gebruiken van digitale media. Wat deze mediawijsheid inhoud is mooi geformuleerd door de Raad voor Cultuur: „Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld” (Raad voor Cultuur, 2005, p. 18). Alle vormen van kindbegeleiding die in onderstaande hoofdstukken worden genoemd, vallen dus onder

deze mediaopvoeding.

Voorwaarden van mediagedrag

Onderzoek wijst uit dat ouders drie redenen hebben om hun (zeer) jonge kind te laten spelen met moderne media. De belangrijkste reden ligt in het feit dat kinderen het ‘leuk’ vinden om met media te spelen. Dit is de motivatie van 71 procent van de ouders. Evenveel ouders geven aan dat zij hun kind toestaan om media te gebruiken vanuit educatief oogpunt, het leren op media. In veel gevallen gaan deze beiden samen op, het zogenoemde ‘spelend leren’. De derde reden die door ouders wordt genoemd, is het feit dat kinderen dan al jong leren omgaan met media.



In een digitale tijd als deze, vindt 55 procent van de ouders dit belangrijk (Pijpers, 2011).

Met het bovenstaande hangt samen dat bijna driekwart van de ouders alleen wil dat het kind media gebruikt als één van beide ouders in de buurt is (Mediawijzer.net, 2014a). Daarnaast legt ongeveer de helft van de ouders geregeld aan het kind uit hoe iets moet, en twee van de vijf ouders gaan samen met hun kind achter digitale media (Pijpers, 2011). Livingstone, Haddon, Görzig en Ólafsson (2011) vonden voor dit laatste een Europees gemiddeld percentage van 58 procent. **De Nederlandse ouder lijkt dus minder dan andere Europese ouders met het kind digitaal te gaan.** Nederlandse ouders nemen maatregelen en stellen regels in het mediagebruik van hun kind. Zij vinden dit erg belangrijk (80 procent) en evenveel ouders geven ook aan hun eigen regels na te leven. Tweederde van de ouders zegt vaak dat het kind moet stoppen met een digitale bezigheid (Mediawijzer.net, 2014a). Iets minder dan de helft van de ouders stelt regels over hoe lang het kind achter media mag en in bijna een derde van de gezinnen wordt aangegeven met welke sites, spelletjes en apps wel of niet gespeeld mag worden (Pijpers, 2011). In bijna de helft van de gezinnen wordt een filter gebruikt om bepaalde sites voor het kind te blokkeren en ruim 80 procent van de ouders denkt te weten wat het kind op internet doet (Gillebaard & Jager, 2011).

Controle van mediagebruik

Tegelijk echter, controleert slechts 22 procent van de ouders daadwerkelijk wat het kind gedaan heeft achter de pc (Mediawijzer.net, 2014). Livingstone, Haddon, Görzig en Ólafsson (2011) vonden een soortgelijk percentage voor de gehele Europese populatie en zij schreven dit lage getal toe aan het feit dat ouders vinden dat veel controle wijst op weinig vertrouwen. Ouders zouden liever vertrouwen uitstralen in het mediagedrag van hun kind. Het in gesprek gaan met het kind is in Nederland niet heel populair: één op de vijf ouders praat met zoon of dochter over het mediagebruik van het kind (Pijpers, 2011). Dit Nederlandse percentage ligt veel lager dan het gemiddelde Europese percentage van 85 procent. Ook stelt gemiddeld 75 procent van de Europese ouders op enige manier restricties aan het mediagebruik van het

kind (Livingstone, Haddon, Görzig, & Ólafsson, 2011). Dit percentage ligt eveneens hoger dan het bovengenoemde Nederlandse percentage.

Moeilijkheden voor ouders

Ondanks dat ouders het stellen van regels uiterst belangrijk vinden, geven zij tegelijk aan dit soms moeilijk te vinden. Praten over het verschil tussen realiteit en virtualiteit of goed en kwaad op media, gaat nog 60 procent van de ouders goed af. Echter, het aangeven van regels aan de ouders van een vriendje van het eigen kind durft slechts een kwart van de ouders gemakkelijk. Wat betreft het punt van regels stellen in het gezin bestaan er ook sekseverschillen. Vaders vinden vaker (28 procent) dan moeders (15 procent) dat het kind zelf kan bepalen hoeveel tijd het doorbrengt achter digitale media. En vaders (35 procent) hebben eerder het gevoel dat zij hun kind te kort doen door het mediagebruik te limiteren of te ontzeggen dan moeders (18 procent). Tegelijk is het opmerkelijk dat 29 procent van de vaders wel aangeeft dat hun kind teveel tijd besteedt aan digitale media, terwijl dit percentage voor de moeders op 22 procent ligt. Wellicht daarom zijn meer vaders (30 procent) onzekerder over hun houding ten opzichte van het mediagebruik van hun kind dan moeders (23 procent) (Pijpers, 2011).

Positieve bekrachtiging

Naast het meekijken met of het controleren van het kind en het stellen van grenzen en regels, bekrachtigen veel ouders het mediagebruik van hun kind op een positieve manier. Meer dan 70 procent van de ouders geeft hun kinderen complimentjes bij successen in spelletjes of bij goed internetgebruik (Pijpers, 2011). **Daarnaast blijken ouders een grote voorbeeldfunctie te hebben in het omgaan met sociale media.** Als ouders zelf (zeer) intensief gebruikmaken van (sociale) media, hebben hun kinderen gemiddeld een bovenmatig mediagebruik van ongeveer 7 uur per dag (Gillebaard & Jager, 2011). In bovenstaande alinea's zijn enkele facetten van kindbegeleiding op het gebied van media uiteengezet. Al die facetten samen vormen een deel van de mediaopvoeding door de ouder. In hoofdstuk IV volgt een overzicht van welke indeling de wetenschappelijke literatuur gebruikt om de verschillende typen mediaopvoeding te duiden.

IV. Mediaopvoeding: stijlen in oudergedrag

Om verschillende stijlen in mediaopvoeding te onderscheiden, is het belangrijk eerst de stijlen in de dagelijkse opvoeding toe te lichten. Daarna zullen in dit hoofdstuk de stijlen in mediaopvoeding de revue passeren. Leidend hierbij is de indeling die de wetenschappelijke literatuur hiervoor gebruikt.

Dagelijkse opvoedingsstijlen

Baumrind (1971) verdeelde het opvoedingsgedrag van ouders in vier opvoedingsstijlen: de autoritaire, de autoritatieve, de permissieve en de verwaarlozende opvoedingsstijl (Baumrind, 1971). **De opvoedingsstijlen zijn enerzijds opgebouwd vanuit de dimensie 'warmte', de expressie van ouderlijke liefde in de opvoeding, en anderzijds vanuit de dimensie 'grenzen en regels', de eis van gehoorzaamheid en goed gedrag.** De vier stijlen hebben elk een andere balans tussen deze twee dimensies. Onder autoritair opvoeden verstaat Baumrind een strenge opvoeding waarbij ouders veel grenzen stellen en van hun kind strikte gehoorzaamheid verwachten. Dit gaat gepaard met minder warmte en weinig uitleg (Baumrind, 1966). De autoritatieve opvoedingsstijl geeft grenzen in een liefdevolle omgeving. Het kind mag een eigen inbreng geven en zelfstandig denken wordt binnen de regels aangemoedigd (Baumrind, 1997). Bij de permissieve stijl zijn ouders warm en communiceren zij veel met het kind, maar stellen zij erg weinig regels. De ouders denken dat zij zich positief moeten opstellen richting alle ideeën en voorstellen van het kind (Baumrind, 1966). De vierde stijl ten slotte, de verwaarlozende stijl, is de enige opvoedingsstijl die onder kindermishandeling wordt gerekend. Ouders stellen hierbij bijna geen eisen en hebben weinig aandacht en empathie voor het kind. De liefde van de ouders en de noodzakelijke regels en steun voor het kind ontbreken (Baumrind, 1971).

Uit onderzoek blijkt dat de autoritatieve opvoedingsstijl de beste kinduitkomsten geeft op latere leeftijd (Baumrind, 1991; Weiss & Schwarz, 1996). Zo zijn kinderen van autoritatieve ouders sociaal vaardiger en cognitief competentere dan kinderen die opgevoed worden vanuit een autoritaire, permissieve of verwaarlozende opvoedingsstijl (Baumrind, 1991). De autoritaire en permissieve opvoedingsstijlen geven minder goede uitkomsten

in de ontwikkeling van het kind (Weiss & Schwarz, 1996). De autoritaire opvoedingsstijl hangt samen met meer gedragsproblemen en slechtere schoolprestaties (Baumrind, 1991). Kinderen die opgevoed worden vanuit een permissieve opvoedingsstijl gebruiken significant meer alcohol en haalden ook minder goede schoolprestaties (Weiss & Schwarz, 1996). De verwaarlozende opvoedingsstijl is zeker schadelijk voor het kind, ook op de lange termijn. Zowel internaliserend als externaliserend probleemgedrag hangen samen met verwaarlozing (Mills et al., 2013) en op de lange termijn hebben verwaarloosde kinderen een lagere opleiding en meer werkloosheid (Currie & Widom, 2010). In huidige studie zal de verwaarlozende stijl verder achterwege gelaten worden, aangezien verwaarlozing in mediaopvoeding niet concreet meetbaar is.

Concepten van mediaopvoeding

Niet lang nadat Baumrind over zijn vier opvoedingsstijlen publiceerde, werd op allerlei opvoedingsterreinen onderzoek gedaan naar de stijlen en hun relatie met een positieve of negatieve ontwikkeling. Zo ook op het gebied van de mediaopvoeding, die destijds vooral betrekking had op de tv. Allereerst is er de feitelijke opvoedingsondersteuning, waarbij de ouder het kind helpt te begrijpen hoe mediaproducten geproduceerd en gepresenteerd worden (Singer, Zuckerman, & Singer, 1980). Bybee, Robinson en Turow (1982) vonden daarnaast drie opvoedingsstrategieën: de evaluatieve, restrictieve en ongerichte strategie. **Bij een evaluatieve mediaopvoeding is vooral veel ruimte voor het gesprek over de interpretatie van media-inhoud: fantasie en realiteit, betekenis van en motivaties achter mediaproducten.** De restrictieve opvoedingsstrategie bestaat uit het trekken van grenzen en het stellen van regels in het mediagebruik van het kind. Als er sprake is van een ongerichte opvoedingsstrategie dan heeft de ouder een relaxte maar ongestructureerde kijk op media. Bryce en Leichter (1983) vonden ten slotte het concept 'covieving', de strategie van het meekijken als uiting van mediaopvoeding, waarbij de ouder en het kind samen media gebruiken en media-ervaringen opdoen.

Bovenstaande concepten van strategieën in mediaopvoeding zijn



in de loop der jaren enigszins aangepast en onderzocht in het verband van moderne media. Veel onderzoeken rond dit thema hebben zich gericht op de mediatietechnieken van de moeder (Livingstone & Helsper, 2008; Eastin, Greenberg, & Hofschire, 2006; Lee & Chae, 2007; Gillebaard & Jager, 2011; Livingstone, 2007). Daarnaast is er onderzoek dat zich focust op de media-monitoring van ouders (Rosen, Cheever, & Carrier, 2008; Lou, Shih, Liu, Guo, & Tseng, 2010; Wong, 2010). Ten slotte is er een recente studie die de vier opvoedingsstijlen van Baumrind (1971) overneemt en de mediaopvoeding ophangt aan de mate van de twee dimensies 'warmte' en 'controle' (Valcke, Bonte, De Wever, & Rots, 2010). Met betrekking tot stijlen in mediaopvoeding is de literatuur dus niet eenduidig: op meerder wijzen wordt een indeling gemaakt van soorten en maten in mediaopvoeding. In onderstaande alinea's zullen de opvoedingsstijlen toegelicht worden die in de huidige literatuur gebruikt worden.

Mediatie in mediaopvoeding

In onderzoeken wordt geen eenduidige definitie van mediatie gebruikt. Livingstone en Helsper (2008) schrijven dat de breedste definitie die gebruikt wordt *alle begeleiding van ouders* inhoudt van de relatie tussen kind en media. Kirwil (2009) vult dit aan door te stellen dat het *alle handelingen van ouders* zijn om het resultaat van het internetgedrag van het kind zo positief mogelijk te krijgen en de risico's zoveel mogelijk te vermijden. Mediatietechnieken bestaan dan enerzijds uit het stellen van regels maar anderzijds ook het uitleggen en bespreken van media. De smalle definitie van mediatie beschrijven Livingstone en Helsper (2008) als *enkel de gesprekken* tussen ouder en kind, zonder de notie van het regels stellen en het meekijken. In navolging van de onderzoeken die zich expliciet richten op mediatie in mediaopvoeding (Eastin, Greenberg, & Hofschire, 2006; Kirwil, 2009; Livingstone, 2007; Livingstone & Helsper, 2008) zal de brede definitie

gebruikt worden, ondanks de overlap die dit zal veroorzaken met de monitoring.

In de literatuur worden acht strategieën van mediatie genoemd, deels afgeleid uit het onderzoek naar tv-mediatie. Dit zijn de *restrictieve* en de *instructieve* mediatie (o.a. Kirwil, 2009), de *evaluatieve*, *interpretatieve* en de *feitelijke* mediatie (o.a. Easting, Greenberg & Hofschire, 2006), de *ongerichte* (o.a. Livingstone, 2007), *actieve* en *coviewing* mediatie (o.a. Livingstone & Helsper, 2008). Echter, de evaluatieve en de actieve mediatie houden vrijwel hetzelfde in als de instructieve mediatie, zodat zes mediatietechnieken overblijven. Allereerst de *restrictieve mediatie*. Met restrictieve mediatie in digitale media wordt het opstellen van regels en het bewaken van grenzen bedoeld. **De digitale activiteiten en de mediatijd van het kind worden gereguleerd door de ouders** (Livingstone, 2007). Met de *instructieve mediatie* wordt de inspanning van de ouder bedoeld om digitale media uit te leggen voor het kind (Kirwil, 2009). Het is een overleggen en spreken met elkaar om de reacties en het begrip van het kind te sturen (Livingstone, 2007). Kirwil (2009) schaar ook het geven van een interpretatie van mediaproducten en het uitleggen van realiteit versus virtualiteit onder instructieve mediatie, maar Eastin, Greenberg en Hofschire (2006) noemen *interpretatieve mediatie* apart.

Daarnaast is er de *coviewing mediatie* (of: co-using mediatie) die berust op het meekijken met het kind (Livingstone & Helsper, 2008). Hieronder valt strikt genomen de nabespreking met het kind niet, omdat overleggen en spreken met elkaar geschaard worden onder de instructieve mediatie (Eastin, Greenberg, & Hofschire, 2006). Echter, in de praktijk vallen coviewing en instructieve mediatie vaak samen. Met *feitelijke mediatie* wordt het wegwijs maken in de digitale wereld bedoeld of het bijbrengen van (technische) kennis over media-apparatuur, mediaproducten en mediagebruik (Eastin, Greenberg, & Hofschire, 2006). Ten slotte is er de *ongerichte mediatie* waarbij de ouder ontspannen maar zonder gerichte strategie staat in de mediaopvoeding (Livingstone, 2007).

Verscheidene onderzoeken hebben zich gefocust op enkele van de bovenstaande mediatietechnieken, om die weer uit te leggen in concreet oudergedrag. Zo namen Lwin, Stanaland en Miyazaki

(2008) de instructieve en restrictieve mediatie als uitgangspunt en vonden daarbij vier ouderstijlen. De *restrictieve* ouders reguleerden het gedrag van hun kinderen slechts met regels en grenzen terwijl de *promotende* ouders alleen in gesprek gingen met hun kind om uitleg te geven. De *selectieve* ouders gebruikten beide typen van mediatie terwijl de ouders met een *laissez faire* stijl geen mediatie toepasten (Lwin, Stanaland, & Miyazaki, 2008). Livingstone en Helsper (2008) splitsten de mediatietechnieken van ouders op een andere manier. Zij verdeelden de restrictieve mediatie in drie factoren of handelingen van ouders en stelden daarnaast het *actief co-gebruik* van digitale media. Onder dit laatste verstaan de onderzoekers een sociale manier van instructieve mediatie. Hierbij kijkt de ouder mee met het internetgebruik om ervaringen te delen en te spreken over deze ervaringen. De restrictieve mediatie verdeelden Livingstone en Helsper (2008) allereerst in het gebruiken van een *filter* of andere controletechnieken. Daarnaast is er het stellen van *regels*, voornamelijk op het gebied van publiceren van persoonlijke gegevens en het aangaan van online contacten. Ten slotte gebruiken ouders een *actieve controle* als mediatietechniek waarbij de ouders de zoekgeschiedenis van hun kind bekijken alsook de e-mails van hun kind. Het onderzoek naar het specificeren of onderverdelen van de mediatietechnieken in echter nog steeds in gang, zodat bovenstaande opsomming niet volledig zal zijn.

Inmiddels zijn de mediatietechnieken ook gelinkt aan de vier opvoedingsstijlen van Baumrind. **Eastin, Greenberg en Hofschire (2006) motiveerden hun onderzoek hiernaar vanuit de notie dat de mediaopvoeding langzaam geïntegreerd raakt in de dagelijkse opvoeding.** Daardoor zouden de mediatietechnieken van ouders samen kunnen vallen met hun opvoedingsstijl. De onderzoekers vonden inderdaad dat de opvoedingsstijl van de ouders een significant effect heeft op bijna alle mediatietechnieken. Zij bespraken in dit licht de volgende technieken: instructieve mediatie, coviewing, tijdsrestricties, inhoudelijke restricties en technologische controles. De resultaten van de studie toonden dat autoritatieve ouders de evaluatieve en restrictieve technieken meer gebruiken dan de autoritaire en de verwaarlozende ouders. Deze autoritatieve ouders maakten ook het meest gebruik van een filter. Leeftijd en gender waren ook een belangrijke voorspeller van de mediatietechnieken: ouders van tienerjongens gebruikten meer tijdsrestricties en inhoudelijke restricties dan de andere

ouders. Daarnaast gebruikten ouders van de jongste participanten de interpretatieve mediatie en het concept coviewing het meest.

Monitoring in mediaopvoeding

Een tweede manier om vormen van mediaopvoeding te onderscheiden is het gebruik van het begrip ‘monitoring’. Verschil in de mate van monitoring verwijst dan naar verschillende stijlen van mediaopvoeding. Zoals aangegeven wordt monitoring echter veelal meegenomen in de mediatietechnieken als synoniem voor onder meer de instructieve mediatie.

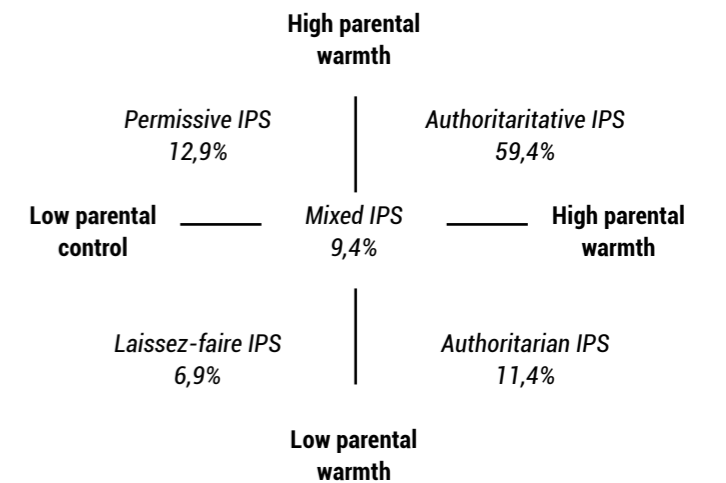
Voor de volledigheid hier echter wel een korte bespreking van de inhoud van monitoring in de mediaopvoeding. Dit zal gedaan worden aan de hand van twee onderzoeken die gericht dit concept hebben onderzocht. In beide onderzoeken wordt monitoring als een smaller concept dan mediatie bekeken. Het betreft bevestigend oudergedrag om het kind te leren zoveel mogelijk positief en verrijkend gebruik te maken van internet en daarnaast de risico's van internet te vermijden (Rosen, Cheever, & Carrier, 2008; Lou, Shih, Liu, Guo, & Tseng, 2010). Lou, Shih, Liu, Guo en Tseng (2010) geven daarnaast de mate van discipline van de ouder een aparte rol in het concept monitoring. Rosen, Cheever en Carrier (2008) vonden met betrekking tot het begrip monitoring dat ouders met weinig kennis van digitale media toch veel aan monitoring deden, in het bijzonder bij jonge kinderen. Uit onderzoek onder 822 Taiwanese ouders bleek verder dat 90 procent van de ouders van 11-jarige scholieren deed aan disciplineren en monitoring van het mediagedrag van het kind (Lou, Shih, Liu, Guo, & Tseng, 2010). Uit beide onderzoeken blijkt wel dat het begrip monitoring geen duidelijk en werkbaar begrip is in het onderzoek naar mediaopvoeding. Dit komt doordat het construct niet uitgewerkt is in de literatuur. Een uitsplitsing van monitoring in concrete gedragingen of technieken van de ouders wordt gemist. In het verdere van dit rapport zal monitoring daarom samengevoegd worden met mediatie.

Baumrind en mediatie in mediaopvoeding

Een derde manier om opvoedingsstijlen in mediaopvoeding te onderscheiden is het gebruik van de opvoedstijlen van Baumrind (1971). Eerder werd duidelijk dat de mediatietechnieken van ouders in de literatuur al zijn gelinkt aan deze opvoedstijlen, maar recent onderzoek gebruikte de opvoedstijlen heel expliciet

om de mediaopvoeding van ouders op te delen. Hierbij speelden mediatietechnieken geen rol. Onder 533 ouders van basisschoolleerlingen werd een vragenlijst uitgezet met daarin onder meer vragen over de constructen ‘warmte’ en ‘controle’. Aan de hand van deze twee dimensies kon de opvoedingsstijl van de ouder berekend worden. Ouders konden op een schaal van 1 (nooit) tot en met 5 (altijd) aangeven in welke mate de stellingen op hen van toepassing waren. De mate van controle door de ouder werd met 11 vragen gemeten en de mate van ouderlijke warmte werd met 14 items ondervraagd. Als ouders een score hoger dan 3 hadden, was de stelling op hen van toepassing.

Aan de hand daarvan werden vijf opvoedingsstijlen gevonden. Allereerste waren dat de vier stijlen van Baumrind, de autoritaire, permissieve, autoritatieve en laissez-faire (verwaarlozende) mediaopvoeding. **Echter, een vijfde opvoedstijl werd gevonden bestaande uit een mix van stijlen. Deze ouders hadden op vrijwel alle constructen een score rond het breekpunt 3.** Figuur 1 toont de percentages van de opvoedstijlen in de populatie (Valcke, Bonte, De Wever, & Rots, 2010).



Figuur 1. Percentages van de mediaopvoedingsstijlen (internet parenting styles, IPS) in de sample van Valcke, Bonte, De Wever en Rots (2010, p. 460).

V. Mediaopvoeding: knelpunten en gaten

De vorige twee hoofdstukken tonen dat er in de wetenschap al veel bekend is over oudergedragingen en stijlen in mediaopvoeding. Maar hoe gaat het in de praktijk met de driehoek ouder, kind en media?

Knelpunten en gaten

De huidige generatie kinderen wordt met talloze ‘digi-namen’ aangeduid: van ‘Homo Zappiens’ (Veen, 2009), tot ‘Millenials’ (Howe & Strauss, 2000), maar ook ‘Whiz-kids’ (Lee & CHae, 2007) of zelfs ‘risk-kids’ (Kuipers, 2006). **De snelle en volledige introductie van nieuwe media in de levens van jeugdigen wordt blijikbaar ook gezien als een risico en gaat niet altijd vlekkeloos.** Uit het hoofdstuk over de kenmerken van mediabegeleiding blijkt ook dat er op het gebied van mediaopvoeding nog gaten vallen. Hoewel driekwart van de Nederlandse ouders alleen wil dat het kind media gebruikt als één van de ouders in de buurt is (Mediawijzer.net, 2014), zit slechts 20 procent van de ouders samen met het kind achter de digitale media (Pijpers, 2011). In Europa ligt dit percentage veel hoger (Livingstone, Haddon, Görzig, & Ólafsson, 2011). En hoewel 80 procent van de Nederlandse ouders aangeeft regels belangrijk te vinden (Mediawijzer.net), stelt slechts minder dan de helft van de ouders daadwerkelijk regels over de mediatijd van het kind. Daarnaast stelt maar 30 procent van de ouders restricties over welke sites, spelletjes en apps wel of niet gespeeld mogen worden (Pijpers, 2011). Ook geeft 83 procent van de ouders aan te weten wat hun kind op internet doet (Gillebaard & Jager, 2011), terwijl slechts 22 procent van de ouders navraag doet over het mediagedrag van hun kind (Mediawijzer.net, 2014a). Dit zijn cijfers die elkaar tegenspreken en die alles te maken hebben met knelpunten in mediaopvoeding.

Knelpunten liggen er ook op het gebied van de risico’s van internetgebruik door kinderen. Zoals aangegeven heeft 43 procent van de Nederlandse jongeren vervelende ervaringen opgedaan op internet (Heinen, 2014). Jongeren met een profiel op sociale media lopen hiervoor de meeste risico’s (Fogel & Nehmad, 2009). De meest voorkomende vorm van negatief internetgedrag omvat het cyberpesten, gevolgd door het worden lastiggevallen door een onbekend persoon (Heinen, 2014). Dat cyberpesten zo veelvuldig

voorkomt, is schrikbarend te noemen. In de media zijn voorbeelden bekend van jongeren die suïcide plegen, doordat zij te maken hadden met cyberpesten (Hoogendijk, 2014). Hoewel deze zaken nog niet zullen gelden voor alle jonge kinderen, is het voor ouders wel belangrijk dat zij deze onderwerpen al op jonge leeftijd bespreken met hun kind. **Ouders moeten hun kinderen vroeg leren om op sociale media respectvol om te gaan met hun naasten.** Andere opvoeders kunnen daarin ondersteunen, aangezien er lespakketten zijn over bijvoorbeeld cyberpesten (Nikken & Addink, 2011). Echter, er is nog gebrek aan opvoedingsondersteuning rond sommige andere internetrisico’s. Daarnaast is het de vraag in hoeverre opvoeders daadwerkelijk rekening houden met deze risico’s van internetgedrag. Met betrekking tot risicogedrag op internet lijkt er dus zowel gebrek aan goed materiaal voor opvoedingsondersteuning alsook gebrek aan risicobesef bij ouders.

Vraagbeantwoording

Een belangrijke bron van informatie over knelpunten in de mediaopvoeding, ligt in de vragen die bij ouders spelen. In meerdere onderzoeken is gevraagd over welke onderwerpen ouders zich zorgen maken (Pijpers, 2011; Mediawijzer.net, 2014a; Mediawijzer.net, 2014b). Daarnaast worden professionals zo nu en dan benaderd om aan te geven met welke vragen ouders naar hen toekomen (Duimel & Meijering, 2013). De professionals ondervinden – verbazingwekkend genoeg, aldus sommigen van hen – dat er maar weinig Nederlandse ouders met vragen naar hen toekomen. Komen zij wel dan is dat vaak naar aanleiding van een serieus probleem of een verontrustend nieuwsbericht. Professionals schrijven dit lage aantal vragen enerzijds toe aan het feit dat ouders hun antwoorden via Google of ouderfora vinden. Anderzijds zouden veel ouders hun opvoedingsvragen rond mediagebruik stellen aan vrienden en familieleden. Want slechts een handjevol professionals geeft aan dat zij desinteresse bij ouders bespeuren (Duimel & Meijering, 2013).

Bovenstaande gegevens zijn interessant, vooral aangezien onderzoek onder ouders uitwijst dat tweederde van hen met vragen rond mediaopvoeding zit. Het deel van de ouders dat aangeeft geen

zorgen te hebben, bestaat uit ouders van heel jonge kinderen. Hun kinderen maken alleen gebruik van simpele mediatoepassingen, waarbij de ouders aangeven hun gezond verstand te gebruiken in de mediaopvoeding (Pijpers, 2011). Echter, nog altijd heeft tweederde van de ouders vragen over mediaopvoeding terwijl maar weinig ouders bij professionals terechtkomen met hun vragen. Mediawijzer.net (2014) vond een verklaring voor dit ‘gat’. Ondanks de vele vragen die bij ouders spelen, geeft driekwart van de ondervraagde ouders aan dat zij beschikken over voldoende informatie over mediaopvoeding. Inderdaad geeft meer dan de helft van de ouders aan dat zij met vragen naar hun vrienden, familie of kennissen gaan en niet naar professionals. Van de ondervraagden geeft zelfs 42 procent aan niet te weten hoe een professional te benaderen is. **Het gebruiken van een zoekmachine als Google is slechts voor 27 procent van de ouders een goede oplossing, waarmee deze duidelijk lager scoort dan het praten met familie of vrienden.** Nog lager scoren de opvoedfora en de sociale media als middel om tot antwoorden te komen. En als ouders internet wel gebruiken om oplossingen voor hun problemen te vinden, dan kijken zij vooral op de websites ouders.nl, mijnkindonline.nl en opvoeden.nl (Mediawijzer.net, 2014).

Belangrijkste vragen

Professionals horen onder ouders het meest de vraag „Wat is



normaal? Hoeveel tijd mag mijn dochter per dag achter media en vanaf welke leeftijd? Wanneer mag mijn zoon een mobiel en mag die mobiel ook mee als hij naar bed gaat?” (Duimel & Meijering, 2013). Bij ouders van jonge kinderen van 0 tot 8 jaar oud, leven echter iets andere vragen. De meest ouders (55 procent) geven als belangrijkste vraag aan: „Hoe kan ik bepalen of een website, app of spelletje goed is voor mijn kind?” Daarna volgt met 54 procent de vraag: „Hoe kan ik mijn kind het best helpen als hij/zij iets met de media wil doen?” (Mediawijzer.net, 2014). Ouders van jonge kinderen vragen zich ook wel af vanaf welke leeftijd het kind zelfstandig op de computer kan, maar dit komt op een lagere plaats (42 procent). Daarnaast vragen zij hoe zij het mediagebruik van hun kind het best in de hand kunnen houden (41 procent) (Mediawijzer.net).

Zoals aangegeven, vraagt 41 procent van de ouders zich af hoe zij het mediagebruik van hun kind het beste in de hand kunnen houden (Mediawijzer.net, 2014). **Professionals merken dat ouders van kinderen zitten met de vraag over de aanpak van mediaopvoeding.** Op welke manier kun je regels stellen en grenzen trekken zonder dat je een strijd ontlokt met het kind? En wanneer grijp je in op het mediagedrag van het kind? (Duimel & Meijering, 2013). Tegelijk echter, geeft wel 61 procent van de ouders aan dat zij regels en grenzen (zeer) makkelijk afspreken in hun gezin (Mediawijzer.net, 2014). Wellicht komen de ouders die regels stellen niet eenvoudig bij professionals terecht. Deze professionals krijgen ook vaak de vraag wat ‘goed’ is op digitale media: welke sites kunnen mijn kinderen beter niet bezoeken en welke apps zijn goed? Het liefst krijgen ouders kant en klare regels of richtlijnen om te hanteren, waardoor zij zich sterker voelen. Ervaren ouders een zwakke eigen positie, dan is er vaak een gebrek aan technische kennis als: hoe werkt Twitter? En wat kun je met Facebook? Gillebaard en Jager (2011) vonden dan ook dat ouders vooral via professionals willen blijven in de huidige mediaontwikkelingen. Professionals merken dat lager opgeleide mensen deze vragen meer stellen. Ook stellen lager opgeleide mensen minder regels (Duimel & Meijering, 2013). Pijpers (2011) vond echter geen relatie tussen het opleidingsniveau van de ouder en het soort vragen die ouders stellen.



VI. Mediaopvoeding: interventies en vormen van hulp

Uit alle voorgaande hoofdstukken is gebleken hoe media een nieuw vraagstuk geworden zijn voor kinderen en hun ouders. Positieve aspecten en risico's van mediagebruik wisselen elkaar af en dit zorgt er onder meer voor dat ouders zich veel vragen stellen over mediaopvoeding.

Huidige situatie

In hoeverre is mediaopvoeding al een ingeburgerd concept? De conclusie van een onderzoek van het Nederlands Jeugdinstituut (NJI) in 2011 naar mediaopvoeding in Nederland is in dat kader opmerkelijk te noemen: er was in 2011 nog geen standaard media-interventie in de opvoedondersteuning en de mediaopvoeding staat nog niet hoog genoeg op de agenda's van organisaties in de jeugdsector. De taken van professionals zijn op dit gebied nog niet concreet geformuleerd en er ontbreken documenten met praktische handreikingen voor ouders. Professionals voelen zich hierdoor nog niet bekwaam om mediaopvoedingsondersteuning te geven en het is nog niet duidelijk welke informatie aan ouders moet worden gegeven en in welke vorm deze kennis moet worden overgebracht (Nikken & Addink, 2011). **Er mankeert nogal wat aan de Nederlandse ondersteuning in mediaopvoeding.**

Dit beschrijft Nikken (2012) ook in zijn boek *On media, children, and their parents*. Internationale studies wijzen aan dat mediaopvoeding nodig is om het kind op een goede manier te leren omgaan met media, maar het is nog niet duidelijk welke opvoedstrategie daarbij de beste is. De effectiviteit van strategieën is nog niet goed onderzocht en op de lange termijn gemeten. Daarnaast wordt vooral gekeken naar hoe ouders met mediarisico's omgaan en niet naar hoe ouders een positieve mediaopvoeding kunnen geven. Ook focussen de meeste studies op de begeleiding van kinderen bij het televisiekijken en niet naar de ondersteuning bij nieuwe (sociale) media (Nikken, 2012).

Toch durft Nikken (2012) wel enkele conclusies te trekken met betrekking tot mediaopvoeding. Zo beveelt hij de restrictieve

opvoedingsstrategie aan, het stellen van regels, als de manier die het beste lijkt te werken. De methode lijkt kinderen te behoeden voor negatieve ervaringen op internet. Kinderen weten door de regels waar ze aan toe zijn, leren welke aspecten van mediagebruik 'over de grens' zijn en hebben een beter welbevinden. Keerzijde van deze medaille is dat teveel grenzen ertoe kunnen leiden dat de jongeren juist bewust uitproberen wat hen verboden wordt. Daarom wordt ook een actieve mediaopvoeding aanbevolen. **Het delen van reacties en gevoelens over media helpt het kind om zelf een oordeel te vormen over het eigen mediagebruik.** Door gegrond commentaar gaat het kind kritischer kijken naar mediaproducten en door de kennisoverdracht van ouders wordt het kind wegwijs in nieuwe media. Daarbij is het heel belangrijk dat ouder en kind de media samen beleven. Dan leren ouder en kind van de media en van elkaar (Nikken, 2012).

Middelen en strategieën van mediaopvoeding

Deze conclusies zijn helder en begrijpelijk, maar nog niet genoeg uitgekristalliseerd. Er zijn tot nu toe slechts weinig experimentele studies die deze kennis ondersteunen en de ontwikkeling van mediaopvoedingsinterventies lijkt nog niet op gang te komen. Wel zijn er lokale initiatieven als informatieavonden, lezingen en korte oudercursussen waarin mediaopvoeding wordt besproken. Folders worden gedrukt en ook de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD) krijgt steeds meer oog voor mediaopvoeding. Echter, aan georganiseerde strategieën en hulpmiddelen ontbreekt het nog (Nikken & Addink, 2011). Ditzelfde geldt overigens ook voor in de internationale pedagogiek. Daarin zijn interventies te vinden waarbij media worden ingezet als ondersteuning bij (negatief) ouderschap (Calam, Sanders, Miller, Sadhnani, & Carmont, 2008; Metzler, Sanders, Rusby, & Crowley, 2012), maar geen interventies die mediaopvoeding tot doel hebben. Dat geeft des te meer de waarde en de urgentie aan van het werk van kennisringen en onderzoeksgroepen rond het thema Kind en Media.

VII. Mediaopvoeding: aanbevelingen voor de praktijk

In de voorgaande hoofdstukken zijn feiten en cijfers, risico's en voordelen van internetgebruik genoemd. Daarna zijn kenmerken en knelpunten *van* en de aanwezige hulp *bij* mediaopvoeding beter bekeken. In deze laatste paragraaf zullen aanbevelingen worden gedaan aan alle opvoeders met betrekking tot hun mediaopvoeding. Gehoorevend aan de vraag van ouders (Duimel & Meijering, 2013), zullen deze aanbevelingen zo concreet mogelijk worden gedaan. Achtereenvolgens zullen eerst enkele algemene noties rond mediaopvoeding worden genoemd, daarna komen tips uit de literatuur naar voren om te eindigen met aanvullende aanbevelingen van het Lectoraat Nieuwe Media.

Enkele algemene noties

1. Een somber beeld is niet terecht. Ondanks de risico's en de knelpunten die in dit rapport zijn genoemd, is mediagebruik door kinderen niet vanzelf problematisch en is mediaopvoeding niet per definitie een tot mislukking gedoemde expeditie. Uit een risicotaxatie onder 317 Nederlandse ouders blijkt dat 65 procent van de ouders geen problemen kan vermelden op het gebied van de 'digitale risico's' (Gillebaard & Jager, 2011). Daarnaast zijn er positieve cijfers te noemen. Driekwart van de 1021 ondervraagde ouders door Mediawijzer.net (2014a) geeft aan te beschikken over voldoende informatie rond mediaopvoeding. **Daarnaast geeft meer dan de helft van de ouders aan dat zij met vragen naar hun vrienden, familie of kennissen gaan en niet naar professionals.** Dat zijn heel gezonde cijfers. Ten slotte is er steeds meer bekend met betrekking tot mediaopvoeding en weten steeds meer ouders de weg te vinden naar goede sites en bronnen van kennis over het opgroeien in een digitale tijd (Duimel & Meijering, 2013).

2. Voorzichtigheid is wel geboden. De media maken een opmars in de gezinnen. Kinderen beginnen al heel jong aan het gebruik van digitale media en daarbij geldt: hoe meer apparatuur in huis, hoe jonger de kinderen daarmee spelen (Mediawijzer.net, 2014a). De grote vraag is echter wat het gevolg hiervan zal zijn op de ontwikkeling van de jonge kinderen, in het bijzonder met betrekking tot het brein. Tijdens de Media Ukkie Dagen in april

2014 (Mediawijzer.net, 2014b) werd onder meer gesproken over de vraag of het gebruik van een tablet schadelijk is voor het jonge kind. Experts op het gebied van kind en media hebben geen eenduidig antwoord op de vraag wat jong Tablettegebruik met de hersenontwikkeling doet. **Wel blijft het uitgangspunt van professionals dat het kinderbrein vooral ontwikkelt door wat de 'doorleefde ervaring' wordt genoemd, waarbij bewegingen, waarnemingen en interacties in de driedimensionale wereld meespelen.** Kinderen tot 2 jaar hebben daarom geen baat bij een beeldscherm en zij lopen mogelijk zelfs schade op door de Tablet. Voor oudere kinderen zijn ook nog geen sluitende antwoorden bekend. De literatuur geeft wel aan dat het belangrijk is dat ouder en kind samen achter digitale media gaan deze eerste jaren.

3. Niet het 'educatieve' gehalte, maar de stimulans om samen verder te praten is het criterium. Veel ouders vragen zich af welke mediatoepassingen 'goed' zijn voor hun kind (Duimel & Meijering, 2013). De meeste ouders voelen zich het best bij het aanbieden van de zogenoemde educatieve apps aan hun kinderen. Echter, veel educatieve apps blijken te moeilijk, niet leerzaam of niet aantrekkelijk genoeg (Gillebaard & Jager, 2011). Mijn Kind Online (Pijpers, 2011) geeft aan dat het belangrijk is dat een website past bij de belangstelling en het niveau van het kind. Thema's die voor kleuters leven zijn bijvoorbeeld de seizoenen of het dierenrijk. Digitale toepassingen voor kinderen moeten betrouwbaar, gebruiksvriendelijk en aantrekkelijk zijn. Kinderen die nog niet lezen kunnen, willen geen tekst in hun spel en de motoriek van kleine kinderen is nog niet genoeg ontwikkeld om kleine knopjes aan te klikken. **Pas als ouders en kinderen samen enthousiast zijn over een site of app, zullen zij daarover met elkaar in gesprek gaan** (Mediawijzer.net, 2014b). **En dan is er een win-win situatie waar kinderen van leren.**

4. Het gedrag van de ouder is bepalend. Ouders hebben een belangrijke voorbeeldfunctie. Onderzoek onder 317 Nederlandse ouders en 251 jongeren toont aan dat de hoeveelheid mediagebruik van ouders een belangrijke voorspeller is voor problemen



in het mediagebruik van het kind. De kinderen van ouders die media intensief gebruiken, zijn ook veel te vinden op digitale media en zij lopen meer risico's. Het is opmerkelijk dat uit een risicotaxatie onder dezelfde onderzoeksgroep blijkt dat de actieve ouders ook de meeste risico's voor hun kind zien. Zij kennen de gevaren van de media door hun eigen gebruik. Hun mediaopvoeding lijken zij echter niet aan te passen op deze risico's. De ouders die weinig media gebruiken geven wel aan dat zij angst hebben voor 'het onbekende', maar hun risicotaxatie is lager. Dit komt overeen met de bevinding dat de kinderen van ouders die geen intensieve mediagebruikers zijn het minst aan risicovol mediagedrag vertonen (Gillebaard & Jager, 2011).

5. De mediaopvoeding van kind en puber vragen verschillende opvoedstrategieën. **Het mediagebruik van basisschoolkinderen en pubers van de middelbare school, is in de meeste gevallen niet te vergelijken. Er vindt een grote transitie plaats in het mediagebruik van het kind.** Veelal betekent dit een toename

in het gebruik. Daarnaast lopen jongeren van de middelbare school veel meer risico voor negatieve uitkomsten door hun mediagebruik. Een enquête onder Nederlandse ouders leert dat ouders van basisschoolleerlingen vooral toezicht houden op hun kind achter media. Ook trekken zij grenzen voor hun kinderen, waarbij zij meer regels opstellen voor hun zoon dan voor hun dochter. Echter, op de middelbare school valt het toezicht houden en meekijken weg, aangezien privacy steeds belangrijker wordt voor de puber. Opmerkelijk is, dat veel ouders geen andere opvoedingsstrategie gaan voeren om het gat in de mediaopvoeding op te vullen. Dit betreft vooral de ouders die zelf weinig gebruik maken van media. Hun kind haalt hen in qua mediagebruik en het lijkt alsof zij daarop niet weten te reageren (Gillebaard & Jager, 2011). Het is belangrijk dat ouders zich bewust worden van het feit dat zij moeten blijven investeren in hun mediaopvoeding. Wordt hun zoon of dochter kind-af, dan is het zaak om nieuwe opvoedstrategieën te ontwikkelen en in kennis over media bij te blijven. Dat geeft aanleiding tot vervolgonderzoek.

Tips over mediaopvoeding

Mijn Kind Online (Pijpers, 2011) heeft voor ouders en opvoeders enkele concrete tips en criteria opgesteld met betrekking tot het mediagebruik van het kind. De eerste basisvoorwaarden zullen veel ouders uit zichzelf al gesteld hebben. Zo mogen sites of apps voor kinderen geen mogelijk schadelijke toepassingen bevatten, als geweld, seks of misleidende commercie. Daarnaast is het belangrijk om op de volgende voorwaarden te letten:

- De site moet toegankelijk, overzichtelijk en begrijpelijk zijn;
- De pagina mag niets opruiends of aanstootgeevends bevatten;
- Op de sites mag niet veel reclame langskomen;
- De webpagina's moeten prikkelend, origineel, spannend en interessant zijn;
- De website moet het kind sociaal uitnodigen en interactief zijn;
- De pagina moet technisch goed in elkaar zitten en niet traag zijn.

Ook met betrekking tot kinderapps zijn regels opgesteld (Pijpers, 2011; Mediawijzer.net, 2014b). Hierbij geldt dat deze geschikt zijn als:

- Deze een afgebakende tijd beslaan. Voor de jongste kinderen betekent het dat een spel maximaal drie minuten moet duren, voordat het uitgespeeld is;
- Zij samen met een opvoeder gebruikt kunnen worden, zodat deze eventuele woorden kan toelichten;
- Deze zowel door de opvoeder als het kind worden leuk gevonden. Vaak is humor een sterke voorwaarde hiervoor;
- Zij geen mogelijkheid geven tot het doen van aankopen in het spel en geen (verborgen) commerciële toepassingen bevatten;
- Ze passen bij de ontwikkeling van het kind en de aandacht van kinderen vasthouden. In de praktijk betekent dit dat de app gemaakt moet zijn voor een beperkte leeftijdscategorie;
- Zij ervaringen uit het dagelijkse leven terug laten komen;
- Deze de interacties tussen opvoeder en kind uitlokken en stimuleren. Dit kan bijvoorbeeld door de ouders tips te geven of een handleiding te bieden bij de app.

Handvaten voor ouders

Ouders en opvoeders kunnen concreet de volgende stappen ondernemen in hun mediaopvoeding (Pijpers, 2011).

1. Ga nooit uit de ruimte waar het kind gebruik maakt van digitale media. Kinderen vinden het prachtig om media te verkennen, maar zij kunnen dit niet alleen. **Ervaring opdoen, gaat altijd aan de hand van de ouder.** Pas als de kinderen binnen een veilige en bekende omgeving gewend zijn, kunnen ze soms zelfstandig achter digitale media.

2. Leer kinderen basiskennis over de computer, de website en de app. Ouders vergeten soms om bewust uit te leggen wat een computermuis is en hoe je die gebruikt. Zij denken dat hun kind dat wel ziet en leert door te doen. Juist het uitleggen van basiskennis over wanneer je de rechter- en linkermuisknop gebruikt, geeft een kind al veel bagage. Leer het kind ook om recht te zitten achter de computer. Een goed begin kan veel (gezondheids-) problemen op latere leeftijd voorkomen.

3. Leer kinderen de betekenis van digitale symbolen. Waarop moet je klikken om een document op te slaan, te verkleinen of af te sluiten? En hoe kom je weer op de startpagina? Digitale symbolen komen bij elk mediagebruik weer terug en behoren daarom tot de basiskennis van kinderen.

4. Installeer een goede digitale omgeving voor het kind. Ouders hebben huiswerk te doen voor hun mediaopvoeding. Zoek websites en apps die geschikt lijken en probeer deze eerst zelf uit of ze echt geschikt zijn. Maak zo een lijstje met wat je kind op digitale media kan doen. En natuurlijk moet je zelf de apps installeren of de webpagina voorzetten. Gebruik voor kinderen altijd gefilterd internet en vertrouw nooit op deze filters. Zelfs speel-sites of apps zijn niet altijd even onschuldig. Een site als [spele.nl](#) biedt bijvoorbeeld naast kinderspelletjes ook gewelddadige spelen aan voor 16+ jongeren. Ook hierbij geldt: zelf aanwezig zijn in de ruimte en toezicht houden, kan veel voorkomen.

5. Afspraken maken, grenzen trekken en regels opstellen: ook dat hoort erbij. Het aanbod van kindersites, kleuterapps en peuterspelletjes is enorm en media trekken altijd. Daarom is het belangrijk om grenzen te trekken in mediagebruik en in media-aanbod. **Vijf minuten digitaal is voor driejarige kinderen genoeg en voor kinderen uit groep drie is twintig minuten voldoende.** Want juist het leren in de echte wereld is zo belangrijk. Leg basisschoolkinderen uit dat zij op internet op verkeerde sites of

spelletjes kunnen komen. Wijs altijd aan waarop zij kunnen klikken om weg te komen van deze pagina's. Vertel dat zij benaderd kunnen worden door vreemden en geef aan dat zij in dat geval altijd een derde persoon moeten roepen. Blijf digitale media samen gebruiken, zoals je soms samen een boek leest. Dan kunnen grenzen en regels ook in overleg gemaakt worden.

Aanbevelingen van het Lectoraat Nieuwe Media

Bovenstaande tips en noties vormen concrete handvaten voor de mediaopvoeding van ouders. Echter, de theorie is veelal gemakkelijker dan de praktijk. Daarom in deze alinea nog enkele aanvullende opmerking van het Lectoraat Nieuwe Media. Het Lectoraat doet onder meer onderzoek naar media in het gezin en zij ziet mediaopvoeding daarbij duidelijk als een onlosmakelijk gedeelte van de gehele, dagelijkse opvoeding. **Opvoeden is het grootbrengen van kinderen tot volwassen deelnemers van de maatschappij. In een grotendeels digitale maatschappij moeten kinderen dus leren hoe zij op een goede, veilige en gebalanceerde manier kunnen omgaan met deze media.** Het is daarom ondenkbaar om media geen plaats te geven in die opvoeding. Dit besef bij ouders en andere opvoeders is het belangrijke begin voor een goede mediaopvoeding. **Opvoeders doen er goed aan om de taak van mediaopvoeding te zien als de meest logische opdracht van hun curriculum.**

Om deze taak uit te voeren is het belangrijk dat ouders een standpunt innemen ten opzichte van mediagebruik. Zij moeten voor zichzelf een visie formuleren van waaruit zij opvoeden. De christelijke levensbeschouwing vereist een doordenking van de plaats die media moet en mag innemen in het gezin. Op welke punten stroken de digitale media met de christelijke normen en waarden en op welke punten wijken zij daarvan af? Zonder een doordachte visie op digitale media en mediagebruik kunnen ouders hun kind niet coachen of sturen. En zonder een weloverwogen standpunt kunnen ouders geen grenzen trekken of regels stellen voor hun kind. Daarnaast is een visie nodig om de sterke punten van mediagebruik aan te wijzen en positief mediagebruik voor te staan. **Opvoeders moeten hun visie op digitale media en mediagebruik overdenken, om daarna positieve en negatieve punten van mediagebruik uit te dragen.**

De huidige ouders van tiener- en puberkinderen hebben de moei-

lijkste positie met betrekking tot mediaopvoeding, aangezien zij in hun eigen jeugd nog niet veelvuldig in aanraking zijn gekomen met internet. Wat dat betreft hebben deze ouders dubbel huiswerk, door zich te verdiepen in het huidige aanbod van (sociale) mediatoepassingen. Daarbij geldt: het verdiepen in en interesseren voor de leefwereld van de zoon of dochter loont zeker. Samen op dezelfde golfen te praten is een belangrijke voorwaarde voor een goed gesprek over media. Alleen als ouders begrijpen wat de aantrekkingskracht is van media en alleen als ouders weten hoeveel (sociale) verrijkingen de digitale media het kind kunnen bieden, is een eerlijk gesprek mogelijk. Dan is er plaats om de risico's van het mediagebruik aan te wijzen en dan is er ruimte om regels te stellen en grenzen te trekken. **Een grondige verdieping van ouders in de digitale wereld van hun kind is een belangrijke voorwaarde voor een gezonde mediaopvoeding, waarin grenzen stellen en positief mediagebruik een plaats krijgen.**

Mediagebruik is iets dat geleerd moet worden. En daarbij geldt: jong geleerd is oud gedaan. Al in de vroege opvoeding, als kinderen nog kleuters heten, kunnen ouders leren om mediaopvoeding te verweven met de dagelijkse opvoeding. Het aanleren van eenvoudige, 'technische' gebruiksvoorwaarden van digitale media en het samen in gesprek gaan over het laatst gespeelde spelletje zijn goede beginpunten. Later kan daar de morele dimensie aan worden toegevoegd: wat is goed en wat is fout op websites en apps? Weer een stadium verder kan de dimensie van reflectie over digitale media en het mediagebruik worden besproken. **Een mooi streefpunt voor ouders is een altijd openstaand gesprek over media. Daarbij weten ouder en kind dat zij het gesprek over ervaringen op of aspecten van media op elk moment kunnen aangaan.** Een voorwaarde daarbij is wel dat zowel de ouder als het kind een reflecterende houding richting zichzelf aannemen. En daarvoor moeten zij beiden voldoende kennis hebben over digitale media. **Mediaopvoeding wordt daarmee een altijd voortgaande interactie tussen de driehoek ouder, kind en media.**

Bibliografie

- Baumrind, D.** (1966). Effects of authoritative parental control on child behavior. *Child Development*, 37(4), 887-907.
- Baumrind, D.** (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental Psychology*, 4(1), 1-103.
- Baumrind, D.** (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *Journal of Early Adolescence*, 11(1), 56-95.
- Baumrind, D.** (1997). The discipline encounter: Contemporary issues. *Aggression and Violent Behavior*, 2(4), 321-335.
- Beentjes, J. W., Koolstra, C. M., Marseille, N., & Van der Voort, T. H.** (2013). Children's Use of Different Media: For How Long and Why? . In S. Livingstone, & M. Bovill, *Children and Their Changing Media Environment* (pp. 85-112). Weet niet: Weet niet.
- Bryce, J., & Leichter, H. J.** (1983). The family and television: Forms of mediation. *Journal of Family Issues*, 4, 309-328.
- Bybee, C., Robinson, D., & Turow, J.** (1982). Determinants of parental guidance of children's television viewing for a special subgroup: mass media scholars. *Journal of Broadcasting*, 26, 296-710.
- Calam, R., Sanders, M. R., Miller, C., Sadhmani, V., & Carmont, S. A.** (2008). Can Technology and the Media Help Reduce Dysfunctional Parenting and Increase Engagement With Preventative Parenting Interventions? *Child Maltreatment*, 13(4), 347-361.
- Carr, N.** (2008, juli 1). Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains. Retrieved from theatlantic.com: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>
- Carr, N.** (2011). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. New York: Northon & Compagny.
- CBS.** (2014, april 16). ICT gebruik van personen naar persoonskenmerken. Retrieved from de website van het Centraal Bureau voor de Statistiek: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71098NED&D1=0-14,33-34,41-47,55-59,65-84,114-133&D2=7-8&D3=a&HD=090817-1415&HDR=G1,G2&STB=T>
- Currie, J., & Widom, C.** (2010). Long-Term Consequences of Child Abuse and Neglect on Adult Economic Well-Being. *Child Maltreatment*, 15(2), 111-120.
- Dowell, E. B., Burgess, A., & Cavanaugh, D.** (2009). Clustering of Internet Risk Behaviors in a Middle School Student Population. *Journal of School Health*, 79(11), 547-553.
- Duimel, M., & Meijering, I.** (2013, juni). Professionals en ondersteuning bij mediaopvoeding. Retrieved from het Nederlands Jeugd Instituut: <http://www.nji.nl/nl/Professionals-en-ondersteuning-bij-mediaopvoedingpdf.pdf>
- Duimel, M., Pijpers, R., & Borgdorff, M.** (2012, maart). Hey, what's app? 8 tot 18-jarigen en mobiele telefoons. Retrieved from de website van Mijn Kind Online: <http://mijnkindonline.nl/sites/default/files/uploads/MKO%20Mobiel%20Hey,%20what's%20app%20-%20DEF2.pdf>
- Eastin, M. S., Greenberg, B. S., & Hofschire, L.** (2006). Parenting the Internet. *Journal of Communication*, 56, 486-504.
- Fogel, J., & Nehmad, E.** (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25, 153-160.
- Gillebaard, H., & Jager, C. J.** (2011). Blik op Mediawijsheid: Risicotaxatie, Opvoedstrategieën en Mediagedrag anno 2011. Utrecht: Dialogic innovatie & interactie.
- Guana, S. S., & Subrahmanyam, K.** (2009). Youth Internet use: risks and opportunities. *Current Opinion in Psychiatry*, 22, 351-356.
- Heinen, H.** (2014, januari). Rapportage. Onderzoek meldknop.nl. Retrieved from de website van digibewust.nl: [http://www.digibewust.nl/uploads/bestanden/20140208.rapportage onderzoek-Meldknop.pdf](http://www.digibewust.nl/uploads/bestanden/20140208.rapportage%20onderzoek-Meldknop.pdf)
- Hoogendijk, S. A.** (2014, mei 3). 2014. Reformatorisch Dagblad, pp. 12-13.
- Howe, N., & Strauss, W.** (2000). *Millennials rising. The next generation*. New York: Vintage Books.
- Jarvis, J.** (2009). *What would Google do?*. New York: Harpers Collins Business.
- Kirwil, L.** (2009). Parental mediation of children's internet use in different european countries. *Journal of Children and Media*, 3(4), 394-409.
- Kuipers, G.** (2006). The social construction of digital danger: debating, defusing and inflating the moral dangers of online humor and pornography in the Netherlands and the United States. *New Media & Society*(8), 379-400.
- Lee, S. J., & Chae, Y. G.** (2007). Children's Internet Use in a Family Context: Influence on Family Relationships and Parental Mediation. *Journal of Technology in Human Services*, 10(5), 640-644.
- Lee, S., & Chae, M.** (2007). Children's Internet use in a family context: influence on family relationships and parental mediation. *Cyberpsychology & Behavior*, 10(5), 640-644.
- Livingstone, S.** (2007). Strategies of parental regulation in the media-rich home. *Computers in Human Behavior*, 23, 920-941.
- Livingstone, S., & Helsper, E. J.** (2008). Parental Mediation of Children's Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K.** (2011). EU kids online: final report. UK: Londen: EU Kids Online, London School of Economics & Political Science.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., O'Neill, B., & Donoso, V.** (2012, juni). Towards a better internet for children . Retrieved from de website van EU Kids Online: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EU-KidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/EUKidsOnlineReportfortheCEOCcoalition.pdf>
- Lou, S. J., Shih, R. C., Liu, H. T., Guo, Y. C., & Tseng, K. H.** (2010). The influences of the sixth graders' parents' internet literacy and parenting style on internet parenting. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 9(4), 173-184.
- Lwin, M. O., Stanaland, A. J., & Miyazaki, A. D.** (2008). Protecting children's privacy online: How parental mediation strategies affect website safeguard effectiveness. *Journal of Retailing*, 84, 2005-2017.
- Mediawijzer.net.** (2014a). Iene miene media. Een onderzoek naar mediagebruik door kleine kinderen, van 0 t/m 7 jaar. Retrieved from de website van Mediawijzer.net: http://www.mediawijzer.net/wp-content/uploads/iene_miene_media_2014.pdf
- Mediawijzer.net.** (2014b). White Paper. Uk-kies: hun brein en mediaopvoeding. Retrieved from de website van Media Ukkie Dagen: http://www.mediaukkies.nl/media/91933/white_paper_ukkie_hun_brein_en_mediaopvoeding_april_2014-mediawijzer.pdf
- Metzler, C. W., Sanders, R. M., Rusby, J. C., & Crowley, R. N.** (2012). Using Consumer Preference Information to Increase the Reach and Impact of Media-Based Parenting Interventions in a Public Health Approach to Parenting Support. *Behavior Therapy*, 43, 257-270.
- Nikken, P.** (2012). *On media, children, and their parents*. Amsterdam: SWP publishers.
- Nikken, P., & Addink, A.** (2011). *Opvoedondersteuning bij mediaopvoeding*. Utrecht: Nederlands Jeugd Instituut.
- Pijpers, R.** (Ed.). (2011, maart). *App noot muis. Peuters en kleuters op internet*. Retrieved from de website van Mijn Kind Online: <http://www.appnootmuis.nl/wp-content/uploads/App-Noot-Muis-MKO-PDF.pdf>
- Raad voor Cultuur.** (2005, juli 12). *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Retrieved from de website van de Rijksoverheid: <file:///D:/Userdata/Eigenaar/Downloads/mediawijsheid-raadvoorcultuur-2005.pdf>
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Carrier, L. M.** (2008). The association of parenting style and child age with parental limit setting and adolescent MySpace behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 459-471.
- Singer, D. G., Zuckerman, D. M., & Singer, J. L.** (1980). Helping elementary school children learn about TV. *Journal of Communication*, 30(3), 84-92.
- Sparrow, B., Liu, J., & Wegner, D. M.** (2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science*(333), 776-778.
- Spitzer, M.** (2013). *Digitale dementie*. Amsterdam: Atlas Contact.
- SPOT.** (2012, juni). *Tijdsbestedingsonderzoek 2012*. Retrieved from de website van SPOT: <http://www.spot.nl/docs/default-source/tijdsbestedingsonderzoek/tabellen-tijd-en-bereik-naar-socio-demografische-kenmerken-en-leefstijl.pdf?sfvrsn=0>
- Valcke, M., Bonte, S., De Wever, B., & Rots, I.** (2010). Internet parenting styles and the impact on Internet use of primary school. *Computers & Education*, 55, 454-464.
- Van Rooij, A. J., & Schoenmakers, T. M.** (2013, januari). *Factsheet. Het (mobiele) gebruik van sociale media en games door jongeren*. Retrieved from de website van wetenschappelijk bureau IVO: <http://www.ivo.nl/?id=463>
- Veen, W.** (2009). *Homo Zappiens: Opgroeien, leven en werken in een digitaal tijdperk*. Amsterdam: Pearson Benelux B.V.
- W., P.** (2007, augustus 4). *Mediagebruik jongeren*. Retrieved from de website van Mediaonderzoek.nl/1009/mediagebruik-jongeren/
- Weiss, L., & Schwarz, J.** (1996). The Relationship between Parenting Types and Older Adolescents' Personality, Academic Achievement, Adjustment, and Substance Use. *Child Development*, 67(5), 2101-2114.
- Wiecha, J. L., Sobol, A. M., Peterson, K. E., & Gortmaker, S. L.** (2001). Household Television Access: Associations With Screen Time, Reading, and Homework Among Youth. *Ambulatory Pediatrics*, 1(5), 244-251.
- Wong, Y. C.** (2010). *Cyber-Parenting: Internet Benefits, Risks and Parenting Issues*. *Journal of Technology in Human Services*, 28, 252-273.
- Youngworks.** (2011, september 21). *Het mediagebruik van jongeren*. Retrieved from de website van Onderwijs Van Morgen: <http://www.onderwijsvanmorgen.nl/het-mediagebruik-van-jongeren>



**WEES WIJS
MET MEDIA**



www.weeswijsmetmedia.nl