

Monitor Mediagebruik 7 - 12 jaar

Een onderzoek naar omgang met en gebruik van media(devices) van kinderen tussen 7 en 12 jaar, en de rol die ouders hierin spelen.

Februari 2021



Netwerk
Mediawijsheid

CHOICE



Inhoud

1 Samenvatting en aanbevelingen	3	5 Vaardigheden, begrip en impact van media	19
1.1 Samenvatting	3	5.1 Vaardigheden van kinderen in mediagebruik	19
1.2 Verder met de resultaten / aanbevelingen	5	5.2 Begrip kind bij mediagebruik	21
2 Opzet en uitvoering	6	5.3 Opvattingen over kinderen en media	23
2.1 Achtergrond	6	5.4 Negatieve ervaringen kind met media	24
2.2 Centrale vraagstuk	6	6 Opvoeden met media	26
2.3 Doelstellingen	6	6.1 Media als hulpmiddel in opvoeding	26
2.4 Steekproef en methode	7	6.2 Opvoedkundige activiteiten met media	27
2.4.1 Onderzoekspopulatie	7	6.3 Controle mediagebruik door ouders	28
2.4.2 Methode en respons	7	7 Informatiebehoefte ouders	30
2.4.3 Vragenlijst	8	7.1 Informatiebehoefte ouders	30
2.5 Leeswijzer	8	7.2 Informatiebronnen mediaopvoeding	32
3 Apparaatgebruik	9	8 Mediagebruik ouders en voorbeeldgedrag	31
3.1 Apparaatgebruik	9	8.1 Opvattingen voorbeeldgedrag	31
3.2 Apparaten aanwezig in slaapkamer die door kinderen worden gebruikt	10	8.2 Mediagebruik ouders	31
3.3 Favoriete media van kinderen	12	9 Invloed corona op mediagebruik	32
4 Tijdsbesteding	14	9.1 Impact corona op mediagebruik kinderen	32
4.1 Tijdsbesteding media	14		
4.2 Tijdsbesteding zonder beeldscherm	15		
4.3 Aantal uur slaap	16		
4.4 Mediagebruik per dagdeel	17		

Colofon

SET2021-1

Monitor Mediagebruik kinderen 7-12 jaar

De Monitor Mediagebruik 7 - 12 jaar is een onderzoek van Netwerk Mediawijsheid naar het mediagebruik van kinderen en de rol van hun ouders.

Realisatie

- CHOICE Insights & Strategy, Martin Siebelhoff & Jelle Fastenau - dataverzameling, samenstelling en redactie
- Netwerk Mediawijsheid - opdrachtgever
- prof. dr. Peter Nikken, lector Jeugd en Media Hogeschool Windesheim - advies, opstelling vragenlijst en interpretatie resultaten

Netwerk Mediawijsheid

e-mail: info@mediawijzer.net

website: www.mediawijsheid.nl (voor algemeen publiek)

en www.mediawijzer.net (voor professionals)

© Netwerk Mediawijsheid, 2021 - CC BY 3.0 NL

1. Samenvatting en aanbevelingen

1.1 Samenvatting

Dit jaar heeft Netwerk Mediawijsheid een nieuwe monitor geïnitieerd, namelijk de 'Monitor Mediagebruik 7 - 12 jaar'. Het betreft een grootschalig onderzoek onder ouders met jonge kinderen van 7 t/m 12 jaar. Het doel van het onderzoek is om inzichtelijk te maken hoe kinderen omgaan met en gebruikmaken van verschillende media(devices) en hoe ouders hen hierbij begeleiden. Om dit te onderzoeken is een online kwantitatief onderzoek uitgevoerd onder 1.004 ouders van kinderen in de leeftijd 7 t/m 12 jaar. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden tussen december 2020 en januari 2021 gedurende de coronapandemie. Wegens de lockdown en coronamaatregelen konden veel kinderen niet naar school en hebben zij meer tijd thuis doorgebracht. Deze omstandigheden zijn mogelijk van invloed geweest op de hoeveelheid tijd die kinderen aan media hebben besteed.

De resultaten van deze monitor worden gebruikt voor verschillende publicatiedoelstellingen, om kennis te delen en de mediawijsheid van kinderen en de mediaopvoeding door ouders te bevorderen.

Apparaatgebruik

Kinderen van 7 tot en met 12 jaar hebben over het algemeen veel verschillende mediadevices tot hun beschikking: voor de meeste apparaten geeft een meerderheid van de ouders aan dat hun kind dit gebruikt, met de (smart) televisie op de eerste plaats. YouTube is met enige afstand het favoriete medium van kinderen, gevolgd door TikTok, games, en vlogs.

Het apparaatgebruik verandert enigszins naarmate kinderen ouder worden: ouders geven aan dat het gebruik van de tablet iets afneemt, terwijl het gebruik van game-apparaten en smartphones sterk toeneemt. Laatstgenoemde is op latere leeftijd ook aanzienlijk vaker in de slaapkamer aanwezig, volgens ouders van 11- tot 12-jarigen is dat in zeven op de tien gevallen de situatie.

Tijdsbesteding

Volgens de ouders van de kinderen, spenderen kinderen dagelijks de meeste tijd aan gamen (gemiddeld 48 minuten) en YouTube (gemiddeld 44 minuten). Een vijfde geeft hierbij aan dat hun kind meer dan een uur per dag gamet. Verder neemt het gebruik van gamen en sociale media sterk toe



naarmate de kinderen ouder worden, zonder dat dit ten koste gaat van ander mediagebruik.

Wanneer kinderen niet achter een beeldscherm zitten, besteden zij volgens de ouders de meeste tijd actief met anderen (bv. ouders of vriendjes), zowel binnen (72 minuten) als buiten (62 minuten). Actieve bezigheden lijken iets af te nemen naarmate de kinderen ouder worden. Slapen doen kinderen volgens hun ouders gemiddeld 9,5 uur per dag.

Gedurende de dag zien ouders een aantal duidelijke pieken en dalen in het mediagebruik van hun kind. De piekuren liggen van het begin tot het einde van de middag, en vlak na het avondeten; de daluren tussen de middag, tijdens het avondeten, en later op de avond.

Over de gehele dag (m.u.v. van de ochtend), zijn ontspanning en gezelligheid de voornaamste redenen voor mediagebruik. Wel kennen de redenen voor mediagebruik verschillende 'piekuren'. Zo vindt het volgen van (online) schoollessen met media voornamelijk plaats in de ochtend. Huiswerk maken en tot rust komen gebeurt het vaakst 's middags na school. Het gebruik van media tegen verveling, of om de ouders rust te geven, gebeurt het vaakst aan het eind van de middag. Na het avondeten is het beste tijdstip om media te gebruiken voor gezelligheid.

Vaardigheden, begrip, en impact van media

Ouders schatten de mediavaardigheden van hun kinderen over het algemeen redelijk hoog in, met name het zelfstandig downloaden van apps en mee kunnen komen

met videospelletjes. Naarmate kinderen ouder worden, schatten ouders hun mediavaardigheden hoger in, met name op het gebied van sociale media.

Hoewel voor de meeste sociale media wettelijk geldt dat kinderen pas vanaf 13 jaar een account mogen hebben, geeft een meerderheid van ouders in de oudste leeftijdsgroep (11-12 jaar) aan dat hun kind al kennis en vaardigheden heeft op dit gebied. Ongeveer twee derde van de ouders van deze groep geeft aan dat hun kind weet hoe je een account aanmaakt, wachtwoord instelt, en foto's/filmpjes kunt posten op sociale media. Daarnaast stelt ruim drie kwart van deze groep dat het kind zich bewust is van de mogelijke gevolgen van het delen van beeldmateriaal op sociale media.

De basiskennis voor verantwoord mediagebruik zit er goed in: een meerderheid van de ouders geeft aan dat hun kind weet dat het voorzichtig moet zijn wanneer hij/zij online benaderd wordt door vreemden, nooit zomaar naam- en/of adresgegevens moet delen, en altijd bij de ouders terecht kan met problemen. Ouders twijfelen daarentegen meer over hoe goed hun kinderen onechte socialemediaberichten kunnen herkennen, bestand zijn tegen de druk om steeds op berichten te reageren, en om kunnen gaan met vervelende berichten. Hun vertrouwen hierin neemt wel iets toe naarmate de kinderen ouder worden.

De grote meerderheid van de ouders is het erover eens dat media goed zijn voor de Engelse taalvaardigheid van hun kind. Daarnaast zien ook veel ouders een positief effect op de algemene taal- en rekenvaardigheid, creativiteit, en het geduld van hun kind. Wat de negatieve effecten betreft, maken zij zich vooral zorgen over de impact op de gezondheid van kinderen, zoals te weinig beweging, slecht slapen en gehoorbeschadiging.

Iets minder dan een kwart van de kinderen heeft online een (of meerdere) negatieve ervaring(en) gehad. Daarbij gaat het frequent om het zien van blootfoto's/-films en online pestgedrag. Oudere kinderen (11-12 jaar) hebben vaker negatieve ervaringen gehad, en laatstgenoemde zaken komen onder deze groep ook vaker voor.

Mediaopvoeding

Een meerderheid van de ouders ziet media als een effectief hulpmiddel bij de opvoeding, bijvoorbeeld om het kind bezig te houden wanneer het zich verveelt of de ouder geen tijd of energie heeft, of als hulpmiddel om kinderen iets uit te leggen. Media worden daarentegen als minder geschikt gezien als beloning voor goed gedrag, of als hulpmiddel om het kind in slaap te krijgen.

Ouders zijn dagelijks het vaakst bezig met het helpen bij het schoolwerk (opgemerkt dient te worden dat ouders door de coronapandemie meer betrokken zijn bij het geven van online thuisonderwijs), daarbuiten zijn zij vaak op een passieve manier betrokken in de mediaopvoeding: bijvoorbeeld door in de buurt te blijven of een oogje in het zeil te houden wanneer het kind media gebruikt, door filmpjes te kijken met het kind, of door ze dit zelf te laten doen wanneer de ouder geen tijd heeft. Opmerkelijk is dat weinig ouders uitleg geven of actief helpen met mediagebruik. Kinderen actief ondersteunen via uitleg over media geven of wijzen op gevaren doet ongeveer een op de vijf a vier ouders.

Wanneer ouders het mediagedrag van hun kind willen reguleren, heeft dit meestal te maken met het inperken van de schermtijd: bijvoorbeeld door het kind te vragen te stoppen wanneer het te lang achter een scherm zit, het apparaat uit te zetten of weg te nemen, of door afspraken te maken over de hoeveelheid schermtijd.

Informatiebehoefte

Het reguleren van schermtijd is ook een primaire informatiebehoefte onder ouders. De meestgestelde vragen onder ouders gaan over hoeveel schermtijd per dag normaal is en manieren om de schermtijd van kinderen in te perken. Wanneer zij informatie over het mediagebruik nodig hebben, raadplegen zij hiervoor het liefst websites, vrienden of ouders van andere kinderen uit de buurt of op school.

Voorbeeldgedrag en mediagebruik ouders

Iets meer dan de helft van de ouders onderschrijft dat hun eigen schermgebruik van invloed is op het mediagebruik van hun kind. Zelf proberen zij hier voornamelijk het goede voorbeeld in te geven door te laten zien dat zij hun schermgebruik afwisselen met beweging.

Ouders besteden dagelijks gemiddeld de meeste tijd aan het kijken van tv-programma's (72 minuten) en films en series *on demand* (49 minuten). Ouders besteden relatief weinig tijd aan YouTube (18 minuten) en gamen (15 minuten).

Impact corona op mediagebruik kinderen

Acht op de tien ouders merken dat corona impact heeft op het mediagebruik van hun kinderen. Dit is voornamelijk terug te zien in de toegenomen hoeveelheid tijd die kinderen achter een beeldscherm doorbrengen sinds de coronamaatregelen van kracht zijn. Specifiek onder 11 tot 12-jarigen is het online contact met vrienden sterk toegenomen in vergelijking met de situatie vóór corona.

1.2 Verder met de resultaten / aanbevelingen

Kinderen tussen 7 en 12 jaar vormen een aparte groep als we kijken naar hun ontwikkeling. In die zes jaar gebeurt ontzettend veel. Van leren rekenen, lezen, schrijven en voor het eerst op voetbal of hockey gaan tot aan kiezen naar welke middelbare school ze gaan, de eerste verliefdheid, of een typische voorkeur voor popmuziek, vloggers of gamers op Twitch.

Veranderend mediagebruik past bij de groeiende zelfstandigheid

Ook op het gebied van mediagebruik verandert er veel, zoals de resultaten van deze monitor laten zien. Kinderen worden steeds zelfstandiger en dat blijkt ook uit de media-apparaten die ze gebruiken en bezitten, en de applicaties, games of films en programma's die ze daarmee gebruiken. Ook zitten kinderen aan het eind van de basisschool massaal op de moderne sociale media als WhatsApp, Tiktok, Instagram en YouTube. Dat veranderende mediagebruik past bij de groeiende zelfstandigheid, maar vraagt ook om voldoende mediabegrip, de juiste attitude en om verantwoordelijkheid kunnen nemen.

De cijfers laten zien dat dat echter lang niet zo vanzelfsprekend is. De boodschappen in mediacampagnes die al lange tijd worden afgegeven over voorzichtig zijn in het aangaan van contacten en het beschermen van je privacy, lijken de meeste kinderen volgens hun ouders wel te kennen. Tegelijkertijd geldt dat nog niet voor alle kinderen. Daarnaast hebben veel basisschoolkinderen volgens hun ouders nog moeite met andere uitdagingen zoals hun socialemediagebruik onder controle houden, omgaan met vervelende berichten of echt & onecht van elkaar kunnen onderscheiden.

Dat veel kinderen dit lastig vinden is verklaarbaar vanuit hun ontwikkeling. Kinderen tussen 7 en 12 jaar moeten nog veel oefenen met zelfcontrole, of het beheersen van impulsen, en het op waarde kunnen schatten van informatie. Hun wereldbeeld en levenservaring zijn gewoon nog beperkt. Maar met een eigen smartphone en accounts op verschillende sociale media waar je officieel 13 of 16 jaar voor moet zijn, komt die grote online wereld wel heel dichtbij.

De rol van ouders

Dat ouders relatief weinig actieve begeleiding bij het mediagebruik lijken toe te passen is in dat opzicht opmerkelijk. Er wordt eigenlijk door weinig ouders uitleg



gegeven over hoe kinderen media bewust, veilig of kansrijk kunnen gebruiken. Kinderen krijgen weinig ondersteuning bij het duiden van bijvoorbeeld de onechtheid van geweld in films, of de intentie van reclames, of hoe je omgaat met onenigheden online. Ouders geven aan vaker het mediagebruik van hun kinderen van een afstandje in de gaten te houden, en op die manier media te gebruiken als handige babysitter. Mogelijk spelen de coronomstandigheden hierin een rol. Veel ouders zijn ook aan huis gekluisterd en werken vanuit huis. Maar waarschijnlijk heeft het ook te maken met de nieuwe technologieën die kinderen en ouders gebruiken. Als kinderen op hun kamer media via de kleinere schermpjes van hun smartphone volgen, of met een koptelefoon op in hun eigen wereldje aan het gamen zijn, is het lastig voor ouders om daar het gesprek over aan te gaan. Het mediagebruik van basisschoolkinderen speelt zich tegenwoordig steeds vaker buiten het zicht van de ouders af.

Een rol voor professionals die ouders kunnen informeren

Belangrijk is dus om ervoor te zorgen dat ouders goed geïnformeerd worden over wat het mediagebruik voor kinderen tussen 7 en 12 jaar betekent en hoe het past bij de ontwikkeling die deze kinderen doormaken. Jeugdmediacoaches of leesconsulenten bij bibliotheken, leerkrachten in het basisonderwijs en medewerkers van Sociaal Wijkteams die gezinnen ondersteunen kunnen hier een steentje aan bijdragen op lokaal niveau. Wel moeten deze beroepskrachten dan goed gevoed zijn met kennis over jeugd en media en gebruik kunnen maken van nuttige tools als de MediaDiamant, de toolbox Mediaopvoeding of de quiz Mediamatties. Aan de hand van zulke instrumenten kunnen ouders en kinderen het gesprek aangaan, gestimuleerd of begeleid door beroepskrachten met extra kennis over jeugd en/of media.

2. Opzet en uitvoering

2.1 Achtergrond

Sinds 2012 initieert Netwerk Mediawijsheid het 'Iene Miene Media-onderzoek', een grootschalige monitor onder huishoudens met jonge kinderen van 0 t/m 6 jaar. Met ingang van deze jaargang is deze monitor uitgebreid met de 'Monitor Mediagebruik 7 - 12 jaar', een vergelijkbaar onderzoek onder ouders met kinderen van 7 t/m 12 jaar.

Dit nieuwe jaarlijkse trendonderzoek heeft tevens als belangrijkste doel om inzichtelijk te maken hoe kinderen omgaan met en gebruikmaken van verschillende media(devices) en hoe ouders hen hierbij begeleiden. De resultaten worden gebruikt voor verschillende publicatiedoeleinden, om kennis te delen en de mediawijsheid van kinderen en de media opvoeding van ouders te bevorderen.

De monitor is opgezet in nauwe samenwerking met Netwerk Mediawijsheid en Peter Nikken, als lector Jeugd & Media verbonden aan Hogeschool Windesheim. Om gefundeerde kwantitatieve inzichten te verkrijgen over de houding en het gedrag van kinderen en ouders op mediagebied, heeft CHOICE Insights + Strategy onderliggend kwantitatief publieksonderzoek uitgevoerd.

2.2 Centrale vraagstuk

Als centraal vraagstuk is gedefinieerd:

Hoe gaan ouders om met het mediagebruik en mediagedrag van hun kinderen in de leeftijd 7 t/m 12 jaar, in hoeverre is er sprake van mediavaardigheden (mediawijsheid) bij de kinderen, en welke vragen of zorgen hebben ouders over het opgroeien van kinderen met media en hun rol als mediaopvoeder?

2.3 Doelstellingen

De doelstellingen van het onderzoek zijn:

1. Inventariseren welke apparatuur of beeldschermen binnen de huishoudens van gezinnen aanwezig zijn;
2. Vaststellen van het mediagebruik en -vaardigheden van de kinderen en hun ouders;
3. Inzicht geven in verschillende activiteiten die kinderen verrichten met media, en met wie en wanneer zij deze uitvoeren;
4. Inzichtelijk maken hoe ouders denken over de mediakennis en -vaardigheden van hun kinderen;
5. Inzicht krijgen in de houding van ouders t.a.v. het mediagebruik van en met kinderen in relatie tot opvoeding en hun ontwikkeling;
6. Inventariseren welke bronnen ouders gebruiken om zich te informeren over de ontwikkeling en opvoeding van hun kinderen en het gebruik van beeldschermmedia;
7. Inzichtelijk maken hoe media zorgen voor verbinding en waar mediagebruik zorgt voor onbegrip en verdeling binnen het gezin;
8. Handreikingen ontwikkelen voor voorlichting: welke doelgroepen hebben behoefte aan welke vorm van voorlichting en informatie over media in relatie tot (opvoeding van) kinderen?

2.4 Steekproef en methode

2.4.1 Onderzoekspopulatie

Het onderzoek is uitgevoerd onder ouders van kinderen van 7 t/m 12 jaar. Op basis van de indeling van de onderzoekspopulatie en op basis van leeftijd van het kind, is een aselechte, disproportionele quota-steekproef getrokken. Leeftijd van het jongst aanwezige kind is hierbij leidend aangezien de leeftijd op voorhand niet van alle kinderen binnen het access panel bekend is. Op basis van *best effort* zijn de verschillende quota's op leeftijd gevuld.

2.4.2 Methode en respons

Als dataverzamelmethode is gekozen voor een online enquête (CAWI) onder huishoudens met kinderen in de leeftijdscategorie 7 t/m 12 jaar via een ISO gecertificeerd online access panel. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden tussen 30 december 2020 en 13 januari 2021. In totaal is gerapporteerd over n=1.004 ouders, en bedroeg de gemiddelde invultijd 16 minuten.

De huidige meting heeft plaatsgevonden tijdens de lockdownperiode, waarin veel kinderen wegens coronamaatregelen niet naar school konden gaan en meer tijd thuis hebben doorgebracht. Bij vergelijkingen met toekomstige metingen dient er daarom rekening mee te worden gehouden dat de omstandigheden in de huidige jaargang mogelijk van invloed zijn geweest op de hoeveelheid tijd die kinderen aan media hebben besteed. Ook is in de huidige vragenlijst een extra vraag opgenomen betreffende de invloed van corona op het mediagebruik van het kind.

In totaal hebben n=1.004 ouders de vragenlijst volledig ingevuld. Dit aantal lag hoger maar na toepassing van CHOICE Data Validatie systeem zijn er 37 vragenlijsten uit de dataset verwijderd omdat deze onvolkomenheden te zien gaven. Dit systeem controleert geautomatiseerd ieder record op een aantal factoren, zoals:

- Speeding: afwijking invulduur van gemiddelde
- Straight lining: bij matrixvragen uitsluitend 1 antwoordcategorie (vertical lining), of 1+1 antwoordcategorie (diagonal lining)
- Loa: aantal tekens per open antwoord (length of open answer)

De onderstaande tabel toont de gerealiseerde steekproefomvang voor ouders en verdeling naar achtergrondkenmerken.

Steekproef ouders		Samenstelling (n=1.004)
Geslacht (ouder)	Vrouw	61%
	Man	39%
Leeftijd (ouder)	Gemiddeld (in jaren)	41,4
Opleiding (ouder)	Hoog	47%
	Midden	39%
	Laag	14%
Herkomst (ouder)	Nederlandse achtergrond	66%
	Westerse migratieachtergrond	12%
	Niet-westerse migratieachtergrond	22%
Burgerlijke staat (ouder)	Alleenstaand	16%
	Samenwonend/gehuwd	84%
Aantal thuiswonende kinderen	Gemiddeld	2,15
Geslacht (kinderen)	Meisje	48%
	Jongen	52%
Leeftijd (kinderen)	Gemiddeld (in jaren)	9,5
	7-8 jaar	33%
	9-10 jaar	33%
	11-12 jaar	34%

De netto steekproef is gewogen op de leeftijd en het geslacht van de kinderen, evenals de opleiding en herkomst van de ouders op basis van de MOA Gouden Standaard. De correctie is toegepast om te zorgen voor een representatieve afspiegeling van de steekproef van de populatie.

2.4.3 Vragenlijst

De vragenlijst voor het onderzoek is deels gebaseerd op de vragenlijst van het Iene Miene Media-onderzoek, en bevatte in totaal 21 vragen en sets met stellingen. De meeste vragen waren gesloten en konden door het aanklikken van een keuzemogelijkheid worden beantwoord. Daarnaast bevatte de vragenlijst twee open vragen, die in de dataverwerking zijn gecodeerd om eveneens kwantitatief te kunnen worden geanalyseerd.

De volgende thema's zijn behandeld in de vragenlijst:

- Apparaatgebruik
- Tijdsbesteding media (en overige activiteiten) van kinderen
- Vaardigheden, begrip, en impact van media op kinderen
- Mediaopvoeding
- Informatiebehoefte ouders
- Voorbeeldgedrag en mediagebruik ouders
- Impact van corona op mediagebruik kinderen

2.5 Leeswijzer

De rapportage is opgebouwd in 7 hoofdstukken, overeenkomstig met de bovenstaande thema's.

In de rapportage houden we doorgaans een vaste volgorde aan:

1. Hoofdpijnen: de belangrijkste uitkomsten en inzichten voor de totale groep ouders (of kinderen).
2. Vergelijking tussen de drie leeftijdscategorieën van de kinderen: 7-8 jaar, 9-10 jaar, 11-12 jaar.
Deze worden in grafiek-, tabel-, of tekstvorm getoond, indien er relevante verschillen in uitkomsten tussen de groepen zitten.
3. Aanvullend is gekeken naar mogelijke verschillen op basis van het geslacht van de kinderen, en de opleiding en herkomst van de ouders. Indien hier relevante uitkomsten naar voren komen, worden deze in de tekst vermeld.

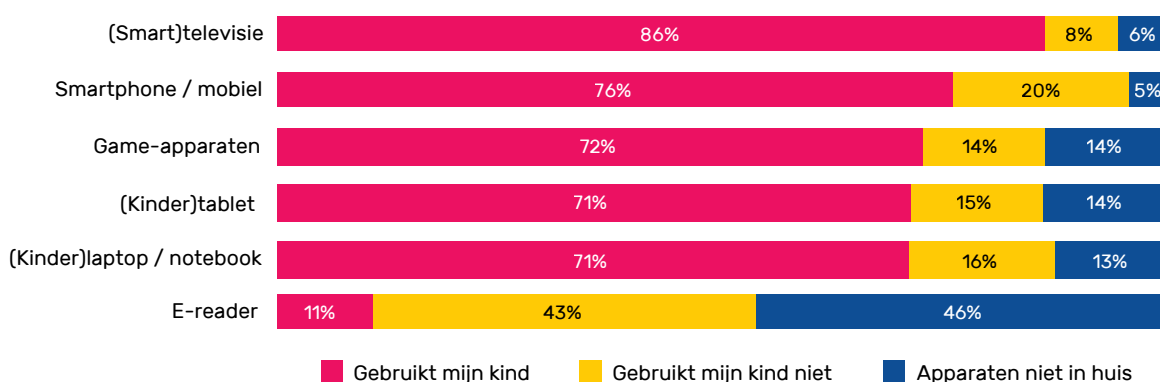
3. Apparaatgebruik

Allereerst is uitgevraagd met welke vormen van media kinderen binnen de leeftijdsgroep 7-12 jaar zich voornamelijk bezighouden. Dit is gedaan door te kijken welke apparaten in huis en in de slaapkamer het vaakst aanwezig en in gebruik zijn. Aanvullend is aan de ouders gevraagd welke media-uitingen (bv. apps, (digitale) boeken, tv-programma's, YouTube-filmpjes, etc.) favoriet zijn bij hun kind.

3.1 Apparaatgebruik

Apparaatgebruik (totaal)

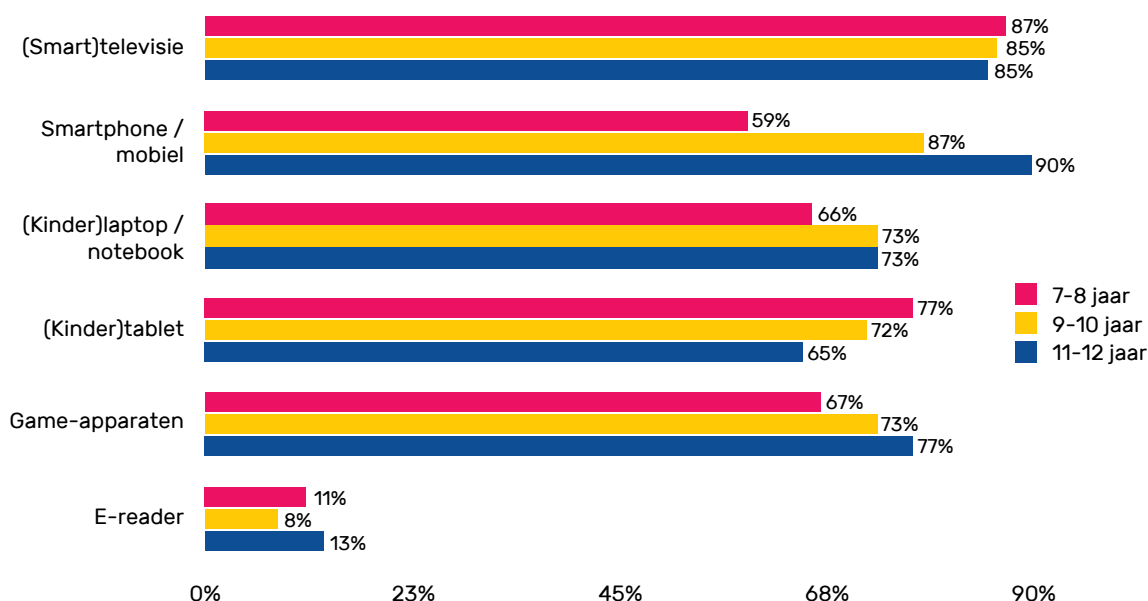
Basis: n=1.005



Met uitzondering van de e-reader (11%) worden alle uitgevraagde apparaten door een meerderheid van de kinderen gebruikt, waarbij de (smart)televisie (86%) het populairst is. Onderstaande grafiek toont de uitsplitsing naar leeftijd.

Apparaatgebruik (leeftijd)

Basis: n=1.005

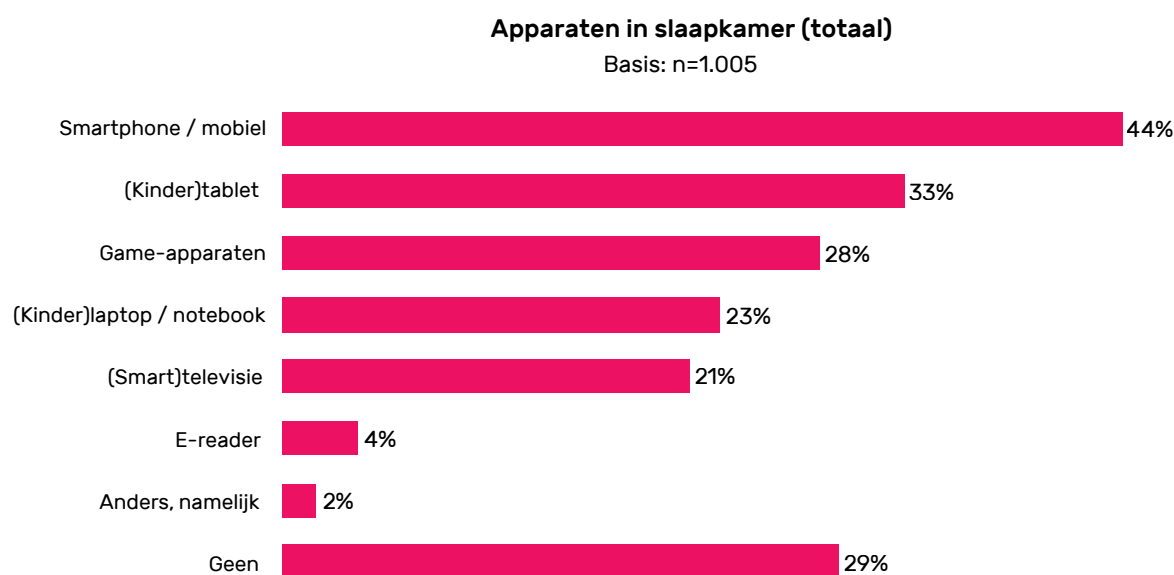


In het bijzonder bij smartphones zien we een flinke toename in gebruik naarmate het kind ouder wordt. Onder 7- tot 8-jarigen gebruiken ongeveer zes op de tien een smartphone (59%), onder 11- tot 12-jarigen is dit gegroeid naar negen op de tien (90%). Ook het gebruik van game-apparaten neemt toe met de leeftijd, terwijl tablets juist minder gebruikt worden.

Daarnaast laat een aanvullende uitsplitsing zien dat kinderen in lageropgeleide huishoudens vaker geen beschikking hebben tot diverse media-apparaten. Dit verschil is met name groot bij laptops (in 21% van lageropgeleide huishoudens niet aanwezig, resp. 12% en 9% onder midden- en hoogopgeleid) en tablets (in 24% van lageropgeleide huishoudens niet aanwezig, resp. 12% en 13% onder midden- en hoogopgeleid).

3.2 Apparaten aanwezig in slaapkamer die door kinderen worden gebruikt

Welke apparaten aanwezig zijn in de slaapkamer toont onderstaande grafiek.

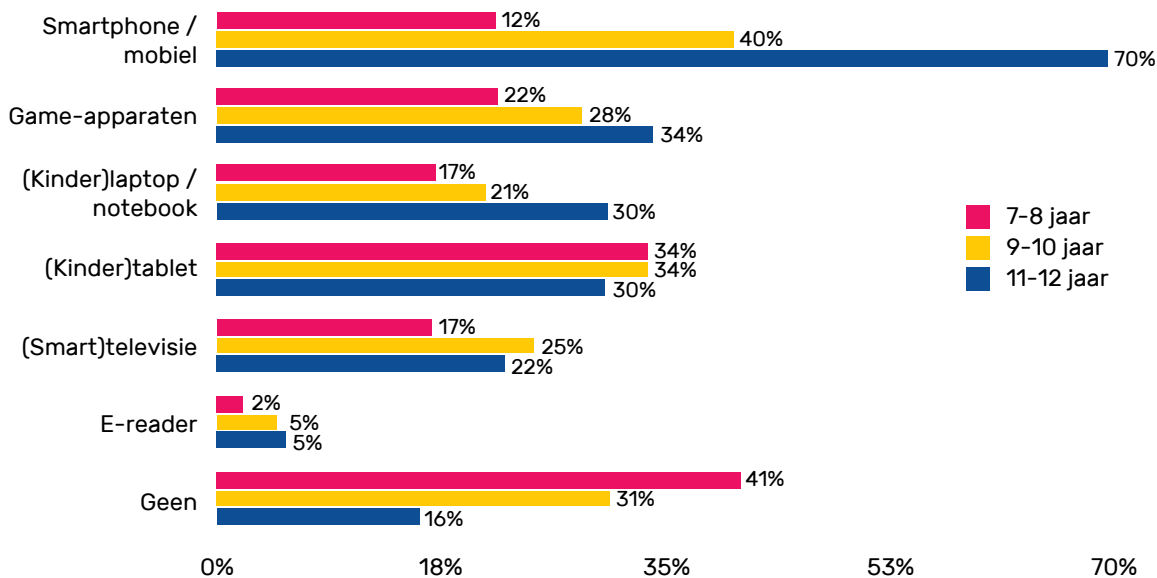


Ruim vier op de tien kinderen (44%) van 7 - 12 jaar hebben in de slaapkamer beschikking tot een smartphone, een derde (33%) heeft een tablet in de slaapkamer. Bij iets minder dan drie op de tien kinderen (29%) zijn geen elektronische media-apparaten in de slaapkamer aanwezig.

Hoe de aanwezigheid van de media-apparaten in de slaapkamer is verdeeld naar de drie leeftijdscategorieën toont de onderstaande grafiek.

Apparaten in slaapkamer (leeftijd)

Basis: n=1.005

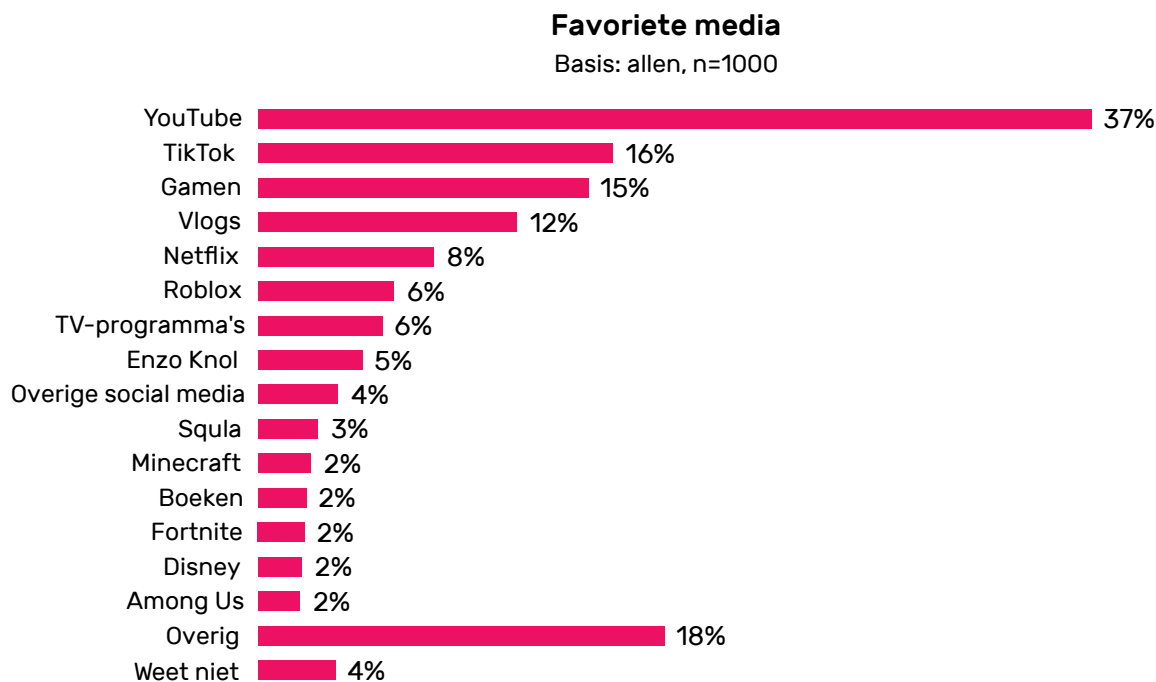


Naarmate de kinderen ouder worden, zijn er vaker één of meerdere media-apparaten in hun slaapkamer aanwezig. Met name de aanwezigheid van smartphones schiet bij de 11- tot 12-jarigen omhoog. In hoeverre dit te verklaren is doordat ouders hier coulanter in worden, of dat kinderen op deze leeftijd überhaupt vaker een eigen smartphone hebben, ligt in het midden.

Kijkend naar de verschillen tussen het opleidingsniveau van de ouders, valt op dat bij midden- en hoogopgeleide ouders vaker een laptop aanwezig is in de slaapkamer (resp. 25% en 24%) dan bij laagopgeleide ouders (17%). Ook geven ouders van deze groepen aan dat het kind vaker een e-reader (resp. 4% en 5%, vs. 1%) op de slaapkamer heeft, al gaat dit bij elke subgroep maar om een betrekkelijk klein aantal kinderen.

3.3 Favoriete media van kinderen

Wat de favoriete media zijn van de kinderen, maakt de onderstaande grafiek inzichtelijk.



YouTube

YouTube (37%) wordt met afstand het vaakst genoemd door ouders als favoriete medium van hun kind. De specifieke content die zij hier het vaakst bij benoemen, zijn gamingvideo's en vlogs van bekende YouTubers (o.a. Enzo Knol en Dylan Haegens). Wat opvalt is dat YouTube al vanaf jonge leeftijd zeer populair is, en gelijkmatig verdeeld is over de drie leeftijdsgroepen. Wel is YouTube iets populairder onder jongens (40%) dan meisjes (34%).

TikTok

Samen met YouTube steekt TikTok onder 7- tot 12-jarigen met kop en schouders uit boven andere vormen van sociale media (4%), zoals Instagram, Snapchat, WhatsApp of Facebook. In tegenstelling tot YouTube zien we bij TikTok wel een sterke toename naarmate kinderen ouder worden (7-8 jaar: 8%, 9-10 jaar: 17%, 11-12 jaar: 23%). Ook is de app aanzienlijk populairder onder meisjes (23%) dan jongens (9%).

Gaming

Hoewel gaming zeker niet alleen voor jongens is, valt niet te ontkennen dat het medium nog steeds aanzienlijk populairder is onder jongens (21%) dan meisjes (8%). Roblox (6%), Minecraft (2%), Fortnite (2%) en Among Us (2%) worden het vaakst spontaan genoemd als favoriete games.

Streaming vs. traditionele tv-programma's

Afgaande op de percentages lijken traditionele tv-programma's nog niet direct op hun retour onder de 7- tot 12-jarigen. Hoewel Netflix (8%) iets vaker genoemd wordt dan diverse tv-zenders en programma's (o.a. Nickelodeon, Wie is de Mol?, Jeugdjournaal, ZappKids), is dit verschil niet groot. Wellicht dat hier in de komende jaren verandering in komt, aangezien zowel Netflix (11%) als Disney+ (5%) vaker genoemd worden door ouders van 7- tot 8-jarigen.

Boeken

Met zo'n 2% zijn boeken weinig populair onder 7- tot 12-jarigen. Dit is nog sterker het geval onder jongens (1%) dan meisjes (4%). Als specifiek boek noemen ouders het vaakst Harry Potter. Daarnaast maakt zo'n 3% van de kinderen graag gebruik van de leerapp Squala, waarbij opvalt dat deze app significant populairder is onder kinderen met een niet-westerse migratieachtergrond (7%), dan kinderen met een westerse migratieachtergrond (1%) of zonder migratieachtergrond (1%).

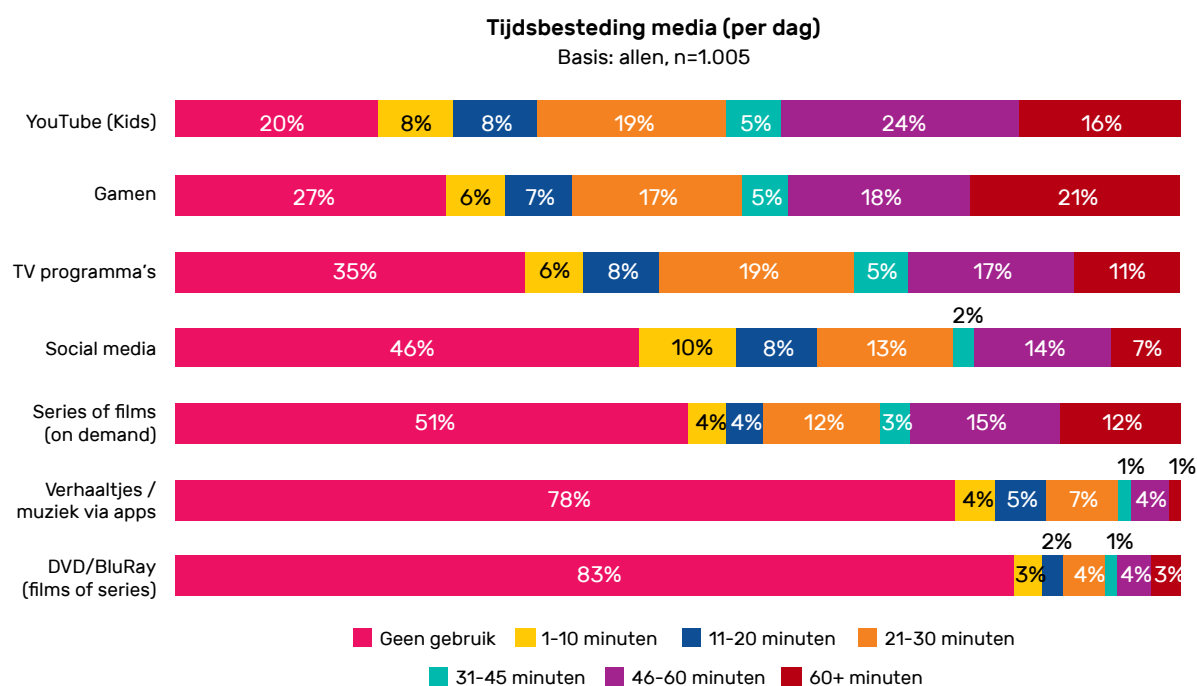
4. Tijdsbesteding

In dit hoofdstuk behandelen we hoeveel tijd kinderen dagelijks gemiddeld besteden aan media en andere activiteiten. Daarbij kijken we naar de hoeveelheid tijd die kinderen besteden aan diverse media-activiteiten (o.a. tv-programma's, gamen, YouTube, sociale media), en in wat voor setting zij geen gebruik maken van media (actief/passief, binnen/buiten, alleen/met anderen). Daarnaast zetten we mediagebruik uit tegen diverse dagdelen om pieken en dalen in gebruik in kaart te brengen.

NB In de vragenlijst is ouders gevraagd een inschatting te maken van de tijdsbesteding van hun kinderen van één dag geleden. De meting van het onderzoek liep tussen 30-12-2020 en 13-01-2021. In deze periode was een (gedeeltelijke) lockdown van kracht, waardoor de resultaten mogelijk geen directe afspiegeling zijn van normaal gebruik.

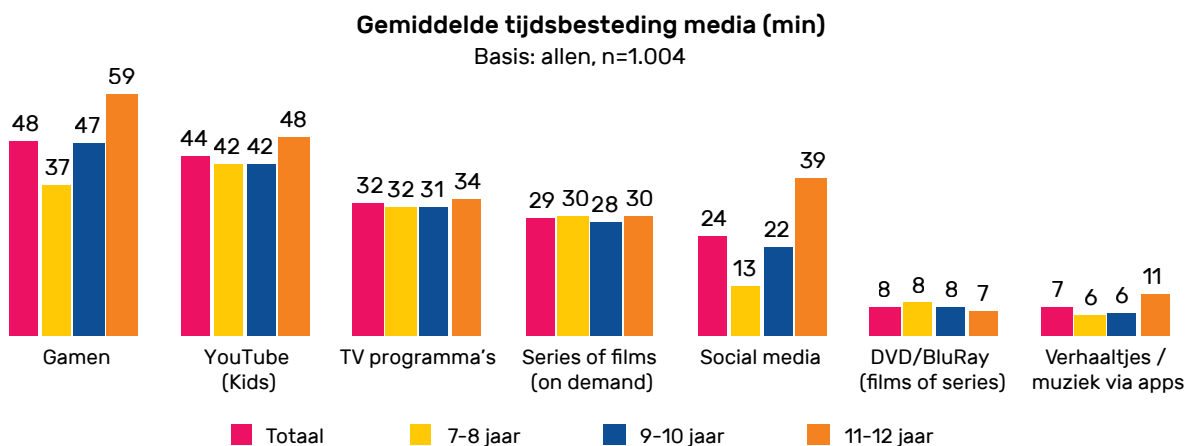
4.1 Tijdsbesteding media

De gemiddelde tijdsbesteding per medium per dag wordt getoond in onderstaande grafiek.



Kinderen zijn volgens hun ouders dagelijks het vaakst bezig met YouTube (80%) en gamen (73%), waarvan gamen de meest tijdsintensieve mediavorm is. Volgens ouders is dit gemiddeld 48 minuten per dag; 21% geeft aan dat hun kind hier meer dan een uur aan besteedt.

Onderstaande grafiek toont de gemiddelde tijdsbesteding van de media per dag uitgesplitst naar de leeftijden.

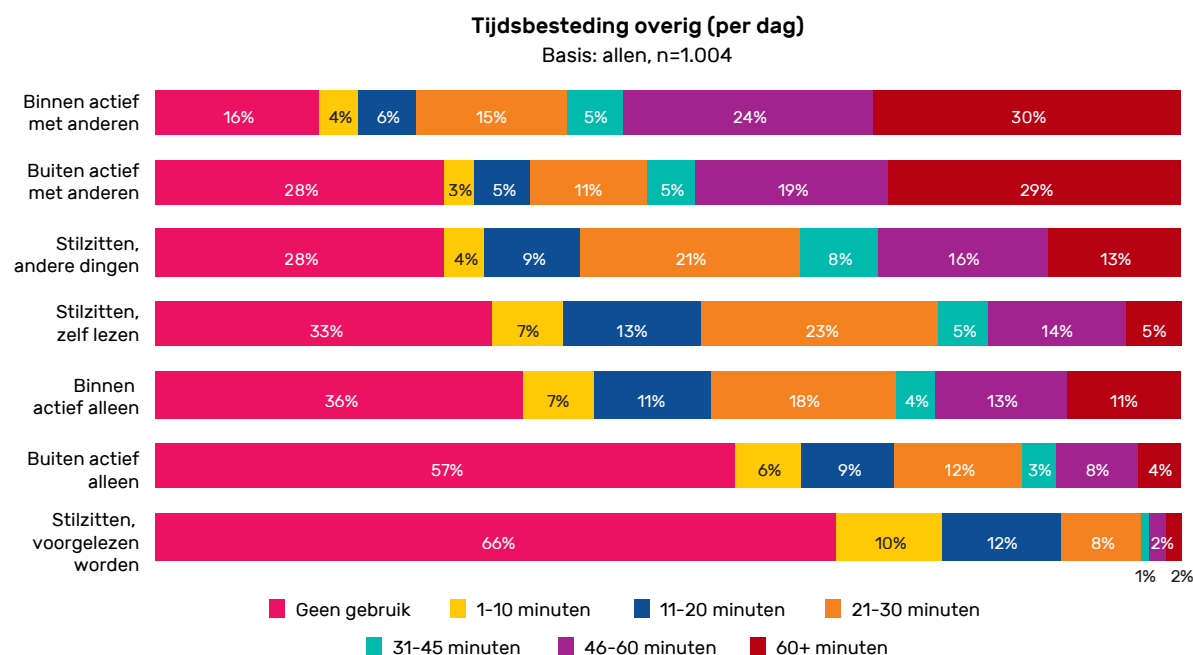


Wanneer we kijken naar de tijdsbesteding per leeftijdsgroep, zien we dat met name gaming (7-8 jaar: 37 minuten, 9-10 jaar: 47 minuten, 11-12 jaar: 59 minuten) en sociale media (7-8 jaar: 13 minuten, 9-10 jaar: 22 minuten, 11-12 jaar: 39 minuten) een stuk intensiever worden gebruikt naarmate kinderen ouder worden.

Verdere uitsplitsingen wijzen uit dat jongens volgens hun ouders gemiddeld meer tijd besteden aan gaming (63 vs. 31 minuten) en YouTube (47 vs. 41 minuten), en meisjes meer tijd besteden aan sociale media (32 vs. 17 minuten). Daarnaast valt op dat lageropgeleide ouders voor de meeste vormen van media een hoger gemiddeld tijdsgebruik rapporteren. Dit is met name het geval voor sociale media (32 minuten, vs. 25 minuten middenopgeleid en 19 minuten hoogopgeleid).

4.2 Tijdsbesteding zonder beeldscherm

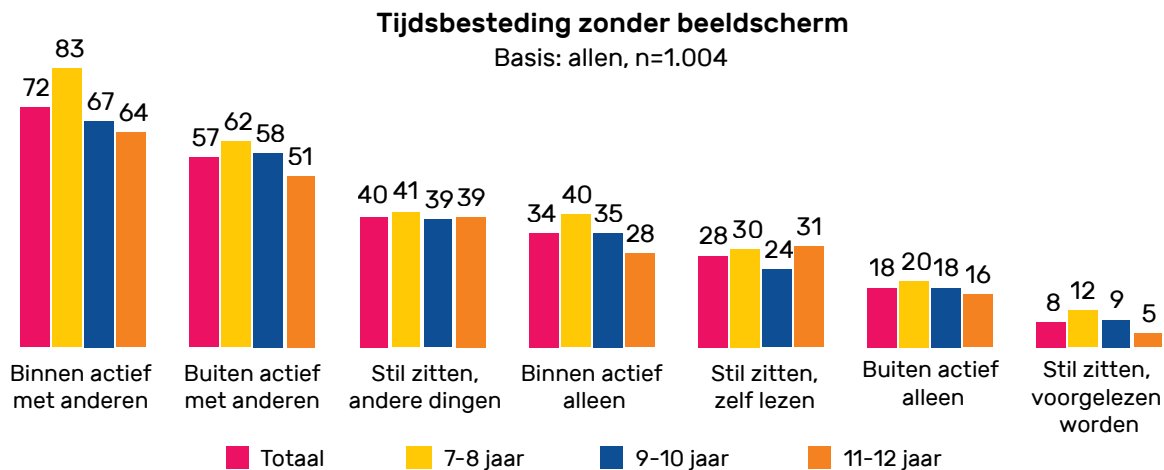
Wat de kinderen doen naast het gebruik van beeldschermen, wordt inzichtelijk gemaakt in onderstaande grafiek.



Wanneer kinderen geen tijd achter een beeldscherm doorbrengen, zijn zij vaak actief met anderen, zowel binnen (84%) als buiten (72%). In het geval dat zij iets alleen ondernemen is dit meestal stilzittend, zij het lezend (67%) of met andere dingen (72%).

Kinderen uit lageropgeleide gezinnen besteden significant meer tijd actief binnen alleen (42,8 min), dan midden (33,1 min) en hoogopgeleide gezinnen (30,1 min).

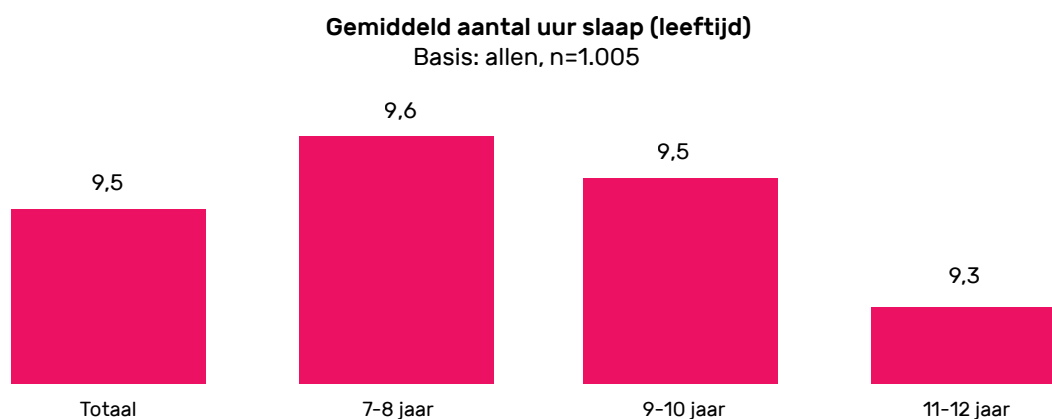
De onderstaande grafiek toont de gemiddelde tijdsbesteding van de kinderen zonder beeldscherm uitgesplitst naar de leeftijd.



Een uitsplitsing naar de leeftijdsgroepen wijst uit dat 7- tot 8-jarigen vaker binnen actief zijn (zowel alleen als met anderen). De 11- tot 12-jarigen besteden weer iets meer tijd aan zelfstandig lezen. Kijkend naar geslacht valt op dat jongens meer tijd dan meisjes besteden aan buiten actief zijn met anderen (62 vs. 52 minuten), terwijl meisjes vaker stilzitten en met andere dingen bezig zijn (45 vs. 35 minuten).

4.3 Aantal uur slaap

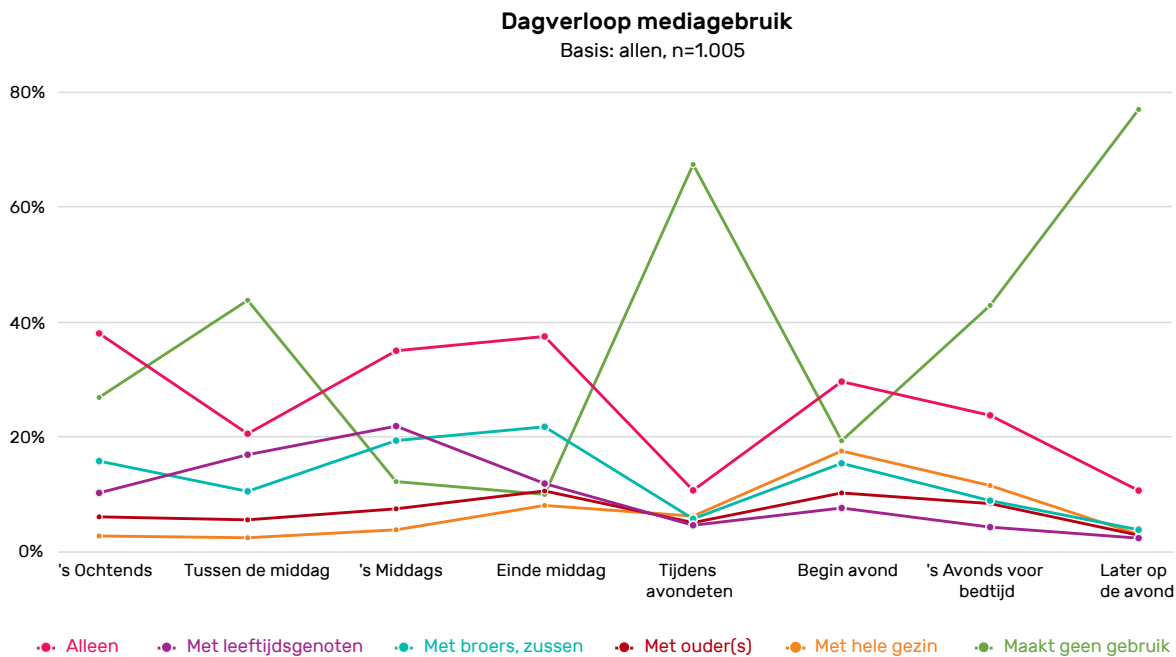
Hoeveel uur de kinderen gemiddeld slapen maakt de onderstaande grafiek inzichtelijk.



Ouders geven aan dat hun kinderen tussen de 7 en 12 jaar gemiddeld zo'n 9,5 uur per dag slapen. De slaapduur neemt lichtelijk af naarmate de kinderen ouder worden. Vanaf 11-12 jaar slapen kinderen, maar dit verschilt niet sterk met de twee jongere leeftijdscategorieën (ca. 18 minuten).

4.4 Mediagebruik per dagdeel

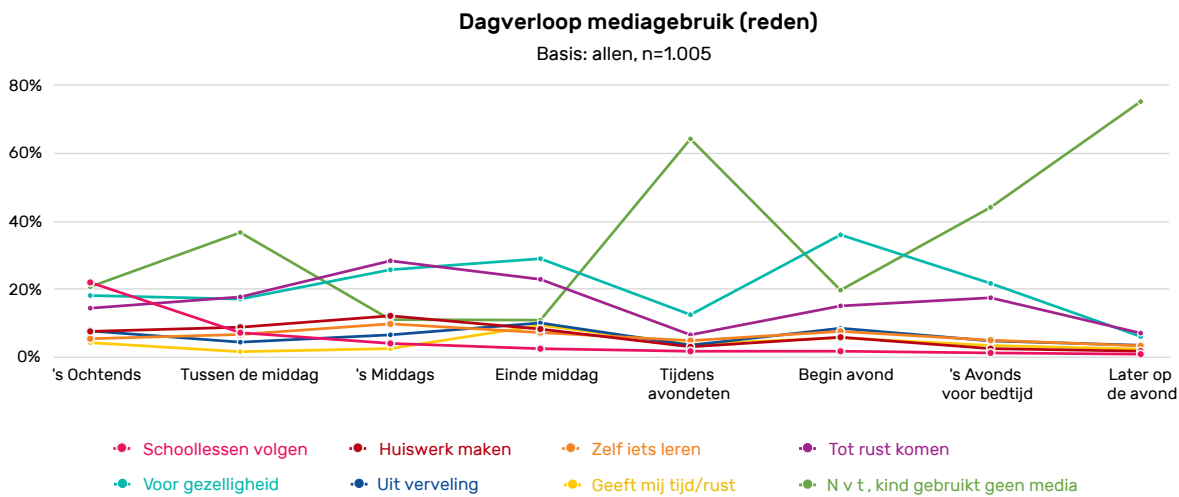
Hoe het mediagebruik gedurende de dag verloopt, maakt de volgende grafiek inzichtelijk.



Wanneer we kijken naar het mediagebruik per dagdeel, is een aantal duidelijke pieken en dalen in mediagebruik te herkennen. Gebruik ligt het *hoogst* in de middag (direct na opvang of school, 88%), aan het eind van de middag (voor het avondeten, 90%), en begin van de avond (vlak na avondeten, 81%). Daarentegen ligt het gebruik tussen de middag (lunchpauze van school, 56%), tijdens het avondeten (33%), voor bedtijd (57%) en later op de avond (wanneer kind al op bed ligt, 23%) het *laagst*. Verder valt op dat op ieder moment van de dag dat kinderen media gebruiken, dit het vaakst alleen gebeurt.

NB De percentages van het totale mediagebruik per dagdeel kunnen herleid worden uit het percentage dat niet 'maakt geen gebruik' heeft ingevuld, of door de overige antwoorden bij elkaar op te tellen.

De onderstaande grafiek toont per dagdeel welke redenen kinderen hebben om media te gebruiken.



Tot rust komen en gezelligheid zijn de voornaamste redenen voor mediagebruik (met uitzondering van de ochtend). Ook lijken veel activiteiten gelinkt te zijn aan een bepaald dagdeel of meerdere dagdelen.

Zo is het gebruik voor het volgen van schoollessen voornamelijk hoog in de ochtend (22%). Huiswerk maken doen kinderen het vaakst tussen de middag (9%) of in de middag na school (12%). Ook het zelfstandig dingen leren gebeurt het vaakst in de middag (10%). Het mediagebruik om tot rust te komen, gebeurt in principe de hele dag door, maar kent zijn piek in de middag zodra kinderen uit school komen (28%). Pas na het avondeten ligt de piek voor het mediagebruik voor de gezelligheid (36%). Verder valt op dat de verveling het hoogst ligt aan het eind van de middag (10%), en dit eveneens het moment is waarop kinderen het vaakst gebruikmaken van media om hun ouders rust te geven (9%).

5. Vaardigheden, begrip, en impact van media

Het gebruik van media kan zowel positieve als negatieve effecten hebben op de ontwikkeling van jonge kinderen. In dit hoofdstuk onderzoeken we deze effecten op verschillende aspecten, alsmede hoe deze zich ontwikkelen in de leeftijden 7 t/m 12 jaar.

Allereerst wordt hierbij gekeken naar de *vaardigheden* en *zelfstandigheid* die kinderen opbouwen met media. Denk hierbij aan zaken als het instellen en beheren van socialemedia-accounts of het downloaden van apps, maar ook het omgaan met online ruzies.

Vervolgens onderzoeken we de *kennis* die kinderen hebben om verantwoord en bedachtzaam met media om te gaan. Hierbij kan het bijvoorbeeld gaan om het herkennen van *gesponsorde berichten* of *nepnieuws*, maar ook *terughoudendheid in het delen van persoonlijke gegevens* of *in contact komen met vreemde mensen*.

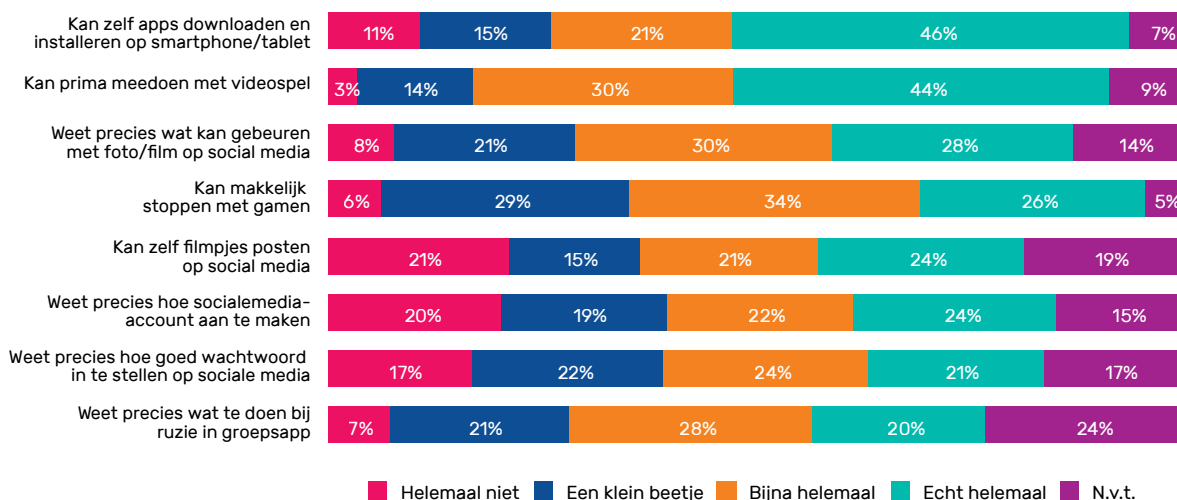
Daarnaast toetsen we de *opvattingen* van ouders over de impact van media op hun kind aan de hand van diverse stellingen. Deze zijn zowel gericht op de negatieve effecten (te weinig slaap/beweging, onzekerheid, grof taalgebruik) als de positieve effecten van media (verbeterde taal- en rekenvaardigheid, creativiteit, respect).

Ten slotte kijken we welke gevaarlijke of mogelijk schadelijke zaken kinderen in deze leeftijdsgroep zelf al ervaren hebben. Dit kan gaan om bijvoorbeeld het *ontvangen of versturen van naaktfoto's*, *online pesten*, of *het zien van gewelddadig beeldmateriaal*.

5.1 Vaardigheden van kinderen in mediagebruik

Vaardigheden kind mediagebruik

Basis: allen, n=1.005



Kinderen tussen de 7 en 12 jaar zijn volgens hun ouders het meest onderlegd in het zelfstandig downloaden van apps (67%), meekomen bij het spelen van videospellen (74%), en weten wanneer te stoppen met gamen (60%). Zoals valt af te leiden uit de tabel hieronder, zien de meeste ouders de mediavaardigheden van het kind toenemen naarmate het ouder wordt. De grootste verschillen worden gerapporteerd op het gebied van sociale media. Zo'n twee derde van ouders onder de groep van 11-12 jaar geeft aan dat hun kind weet hoe het een sociale media-account aan moet maken (69%), een wachtwoord in kan stellen (65%) en foto's en filmpjes kan posten (64%). Hoewel actief socialemediagebruik officieel pas is toegestaan vanaf 13 jaar, worden kinderen voordat zij deze leeftijd bereiken volgens hun ouders al steeds bewuster van de mogelijke gevolgen van het delen van beeldmateriaal (7-8 jaar: 35%, 9-10 jaar: 59%, 11-12 jaar: 78%).

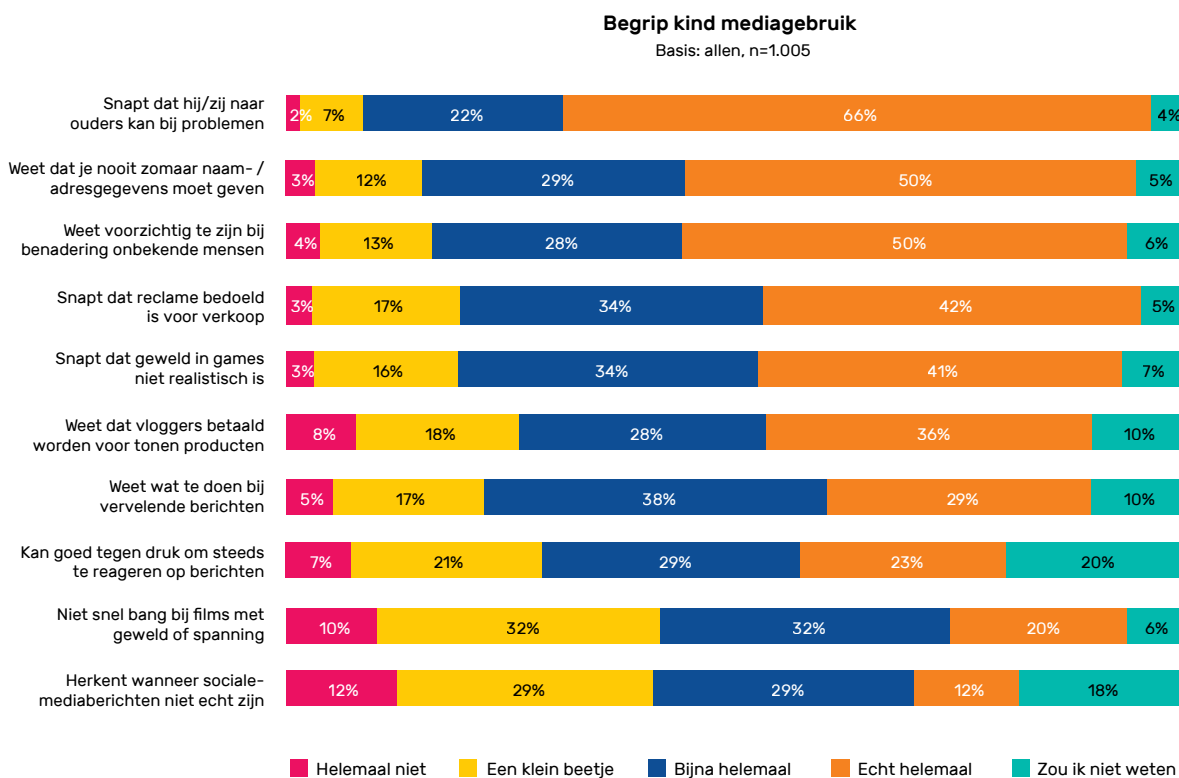
Vaardigheden kind in mediagebruik (leeftijd)		7-8 jaar	9-10 jaar	11-12 jaar
Mijn kind kan prima meedoen als hij/zij met anderen samen een videospel speelt	Helemaal niet	4%	4%	2%
	Een klein beetje	19%	13%	8%
	Bijna helemaal	35%	27%	29%
	Echt helemaal	29%	47%	54%
	N.v.t.	13%	8%	7%
Mijn kind weet precies hoe je een account moet aanmaken op sociale media (bv. WhatsApp, Instagram, TikTok)	Helemaal niet	33%	20%	8%
	Een klein beetje	19%	22%	17%
	Bijna helemaal	15%	23%	27%
	Echt helemaal	9%	20%	42%
	N.v.t.	25%	15%	7%
Mijn kind weet wat het moet doen als er ruzie of onenigheid is in een groepsapp	Helemaal niet	15%	5%	2%
	Een klein beetje	18%	22%	22%
	Bijna helemaal	19%	30%	36%
	Echt helemaal	9%	20%	31%
	N.v.t.	39%	22%	10%
Mijn kind weet wat er kan gebeuren met een foto of filmpje dat het op sociale media post	Helemaal niet	15%	5%	3%
	Een klein beetje	27%	22%	14%
	Bijna helemaal	22%	33%	34%
	Echt helemaal	13%	26%	44%
	N.v.t.	22%	14%	5%
Mijn kind weet hoe het een goed wachtwoord instelt voor sociale media-accounts	Helemaal niet	29%	14%	7%
	Een klein beetje	20%	25%	22%
	Bijna helemaal	15%	26%	30%
	Echt helemaal	8%	18%	35%
	N.v.t.	28%	17%	6%
Mijn kind kan zelf filmpjes of foto's posten op sociale media	Helemaal niet	31%	23%	10%
	Een klein beetje	16%	17%	12%
	Bijna helemaal	17%	21%	24%
	Echt helemaal	10%	21%	40%
	N.v.t.	26%	18%	14%
Mijn kind kan zelf apps downloaden en installeren op de smartphone of tablet	Helemaal niet	11%	15%	6%
	Een klein beetje	22%	13%	10%
	Bijna helemaal	20%	23%	20%
	Echt helemaal	35%	44%	60%
	N.v.t.	11%	5%	4%
Mijn kind kan makkelijk stoppen met gamen, bv. als het tijd is voor eten of slapen	Helemaal niet	7%	5%	7%
	Een klein beetje	31%	30%	26%
	Bijna helemaal	33%	36%	33%
	Echt helemaal	24%	24%	30%
	N.v.t.	6%	6%	4%

Wanneer de scores tussen de drie leeftijdsgroepen worden vergeleken, valt op dat vrijwel alle vaardigheden (met uitzondering van *stoppen met gamen*) zich in een snel tempo ontwikkelen naarmate het kind ouder wordt. Afgaande van de percentages 'niet van toepassing', kunnen we opmaken dat kinderen zich pas op een latere leeftijd intensief bezig gaan houden met bepaalde zaken (zoals sociale media of WhatsApp).

Zodra de kinderen aan het begin van hun tienerjaren komen, gaat voor iedere vaardigheid een (ruime) meerderheid van de ouders ervan uit dat hun kind dit (bijna) helemaal zelfstandig kan. Helemaal uitgeleerd zijn kinderen op deze leeftijd volgens hun ouders echter nog niet: zo heeft bij de aspecten *stoppen met gamen* (33%), *zelf een wachtwoord instellen* (29%), *een socialemedia-account aanmaken* (25%) en *omgaan met een ruzie op WhatsApp* (24%) minstens een kwart van de ouders nog hun twijfels.

5.2 Begrip kind bij mediagebruik

Hoe ouders het begrip van hun kinderen op het gebied van mediagebruik inschatten toont de onderstaande grafiek.



Ouders schatten het begrip van hun kinderen op het gebied van media over het algemeen vrij hoog in. Met name de basisvoorwaarden voor veilig internet zitten er volgens de ouders goed in: zo denkt een ruime meerderheid dat hun kind (bijna) helemaal begrijpt dat het bij de ouders terecht kan met problemen (88%), het niet zomaar persoonlijke gegevens moet delen (79%) en het voorzichtig dient te zijn wanneer het online door vreemden wordt benaderd (78%).

Meer twijfels heeft men over de angst bij spannende of gewelddadige films, het herkennen van onechte berichten op sociale media, en bestand zijn tegen de druk om steeds op berichten te reageren.

Begrip kind mediagebruik (leeftijd)		7-8 jaar	9-10 jaar	11-12 jaar
Mijn kind snapt dat reclame bedoeld is om je dingen te laten kopen	Helemaal niet	4%	3%	2%
	Een klein beetje	26%	12%	11%
	Bijna helemaal	32%	36%	32%
	Echt helemaal	32%	43%	52%
	Weet niet	6%	5%	2%
Mijn kind wordt niet snel bang bij het kijken naar films of series met veel geweld of spanning	Helemaal niet	12%	13%	6%
	Een klein beetje	32%	33%	30%
	Bijna helemaal	32%	30%	34%
	Echt helemaal	16%	17%	26%
	Weet niet	8%	7%	4%
Mijn kind weet dat vloggers betaald worden voor wat ze laten zien, bv. in video's waarin dingen worden uitgepakt (unboxing video)	Helemaal niet	15%	5%	3%
	Een klein beetje	22%	18%	14%
	Bijna helemaal	27%	28%	28%
	Echt helemaal	21%	40%	47%
	Weet niet	14%	8%	8%
Mijn kind weet dat je voorzichtig moet zijn als je online door onbekende mensen benaderd wordt	Helemaal niet	6%	3%	3%
	Een klein beetje	18%	10%	9%
	Bijna helemaal	29%	29%	26%
	Echt helemaal	37%	52%	59%
	Weet niet	10%	6%	3%
Mijn kind weet dat het nooit zomaar naam- en adresgegevens mag geven	Helemaal niet	6%	2%	2%
	Een klein beetje	17%	11%	8%
	Bijna helemaal	29%	30%	29%
	Echt helemaal	39%	53%	58%
	Weet niet	9%	4%	3%
Mijn kind kan heel goed tegen de druk om steeds weer te reageren op berichtjes, bv. via WhatsApp of TikTok	Helemaal niet	11%	7%	4%
	Een klein beetje	19%	21%	24%
	Bijna helemaal	22%	30%	34%
	Echt helemaal	17%	23%	29%
	Weet niet	32%	19%	8%
Mijn kind snapt dat als er een probleem is, hij/zij daarmee naar mij toe kan komen	Helemaal niet	2%	2%	1%
	Een klein beetje	9%	7%	5%
	Bijna helemaal	23%	24%	20%
	Echt helemaal	63%	64%	71%
	Weet niet	4%	3%	3%
Mijn kind herkent heel goed wanneer berichtjes op sociale media niet echt zijn	Helemaal niet	20%	11%	6%
	Een klein beetje	24%	36%	26%
	Bijna helemaal	24%	24%	39%
	Echt helemaal	7%	10%	18%
	Weet niet	25%	19%	11%
Mijn kind weet wat het moet doen als er vervelende berichtjes gestuurd worden	Helemaal niet	10%	4%	2%
	Een klein beetje	22%	16%	13%
	Bijna helemaal	30%	43%	41%
	Echt helemaal	20%	28%	39%
	Weet niet	18%	9%	5%
Mijn kind snapt heel goed dat geweld in games niet realistisch is	Helemaal niet	5%	3%	2%
	Een klein beetje	23%	17%	9%
	Bijna helemaal	35%	33%	33%
	Echt helemaal	29%	40%	52%
	Weet niet	9%	7%	4%

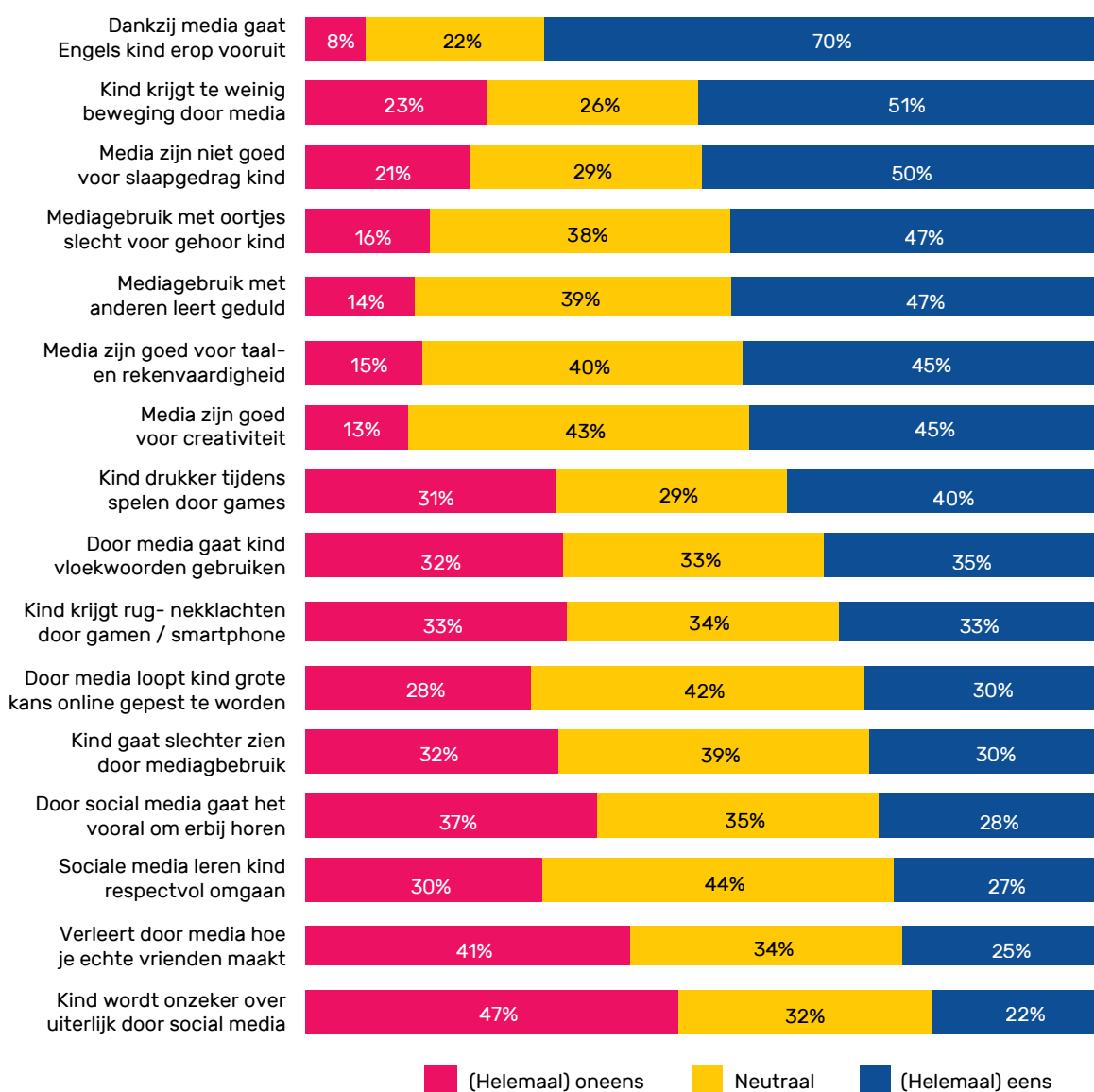
Evenals bij de mediavaardigheden zien we dat het algemene mediabegrip over de gehele linie ook sterk verbetert naarmate kinderen ouder worden. Hieruit blijkt dat bepaalde onderwerpen met betrekking tot de mediaopvoeding mogelijk pas in een latere fase aan bod komen. Opvallend is dat met name bij de sociale aspecten van media, zoals de druk om op berichten te reageren (32%), omgaan met vervelende berichten (18%) en het herkennen van onechte berichten (25%), ouders van 7- tot 8-jarigen relatief vaak geen duidelijk beeld hebben van hoe hun kinderen hiermee omgaan of dat deze vaardigheden nog niet voorkomen bij deze leeftijdsgroep.

5.3 Opvattingen over kinderen en media

Welke impact mediagebruik heeft op de kinderen volgens de ouders, maakt onderstaande grafiek inzichtelijk.

Opvattingen impact media op kinderen

Basis: allen, n=1.005 (excl. weet niet/ n.v.t.)



Over één positief aspect van media zijn ouders sterk eensgezind: media verbeteren de Engelse taalvaardigheid van hun kind (70%). Ook ziet bijna de helft een positieve impact op geduld (47%), taal- en rekenvaardigheid (45%) en creativiteit (45%).

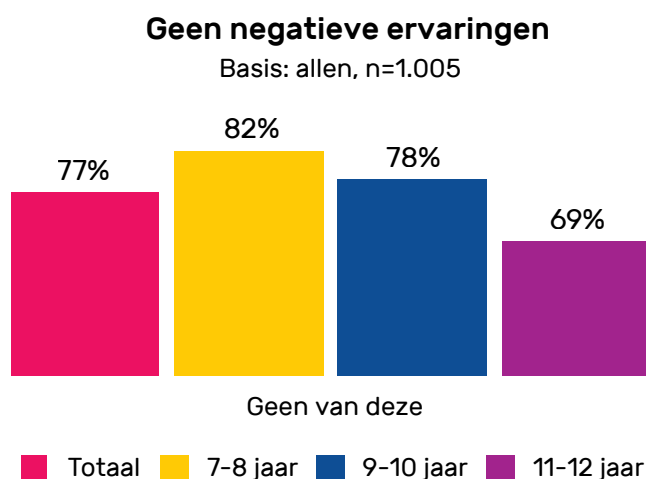
Op het negatieve vlak erkennen ouders met name de schadelijke impact op de fysieke gesteldheid: te weinig beweging (51%), slechte slaapcyclus (50%) en gehoorbeschadiging (47%). Daarna volgen zorgen over nek- en rugklachten (33%) en slechter zicht (30%).

De meest in het oog springende verschillen naar achtergrondkenmerken zijn die op het gebied van geslacht, afkomst en opleiding. Zo zien ouders van jongens vaker dat hun kind drukker wordt tijdens het gamen en sneller zal vloeken, en erkennen ouders van meisjes vaker online pestgedrag en de impact van sociale media op onzekerheid.

Daarnaast valt op dat ouders met een niet-westerse migratieachtergrond over de gehele linie vaker de negatieve impact van media erkennen t.o.v. mensen zonder migratieachtergrond, en hoogopgeleide ouders alle positieve aspecten vaker erkennen dan laagopgeleide ouders. De laatstgenoemde groep neemt bij vrijwel alle stellingen vaker een neutrale positie in.

5.4 Negatieve ervaringen kind met media

Onderstaande grafiek maakt inzichtelijk of de ouders bij de kinderen geen negatieve online ervaringen hebben ervaren.

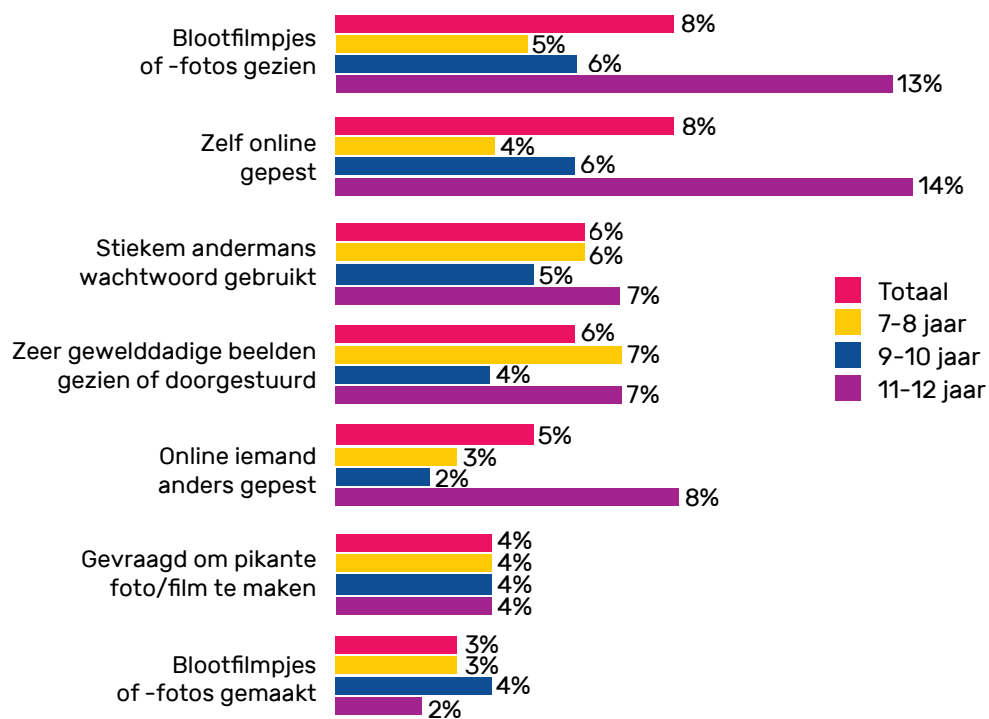


In totaal geeft ruim driekwart (77%) van de ouders aan dat hun kind online geen negatieve ervaringen heeft gehad. Dit percentage neemt af naarmate kinderen ouder worden: onder 7- tot 8-jarigen heeft 82% geen negatieve ervaringen gehad, onder 9- tot 10-jarigen 78%, en onder 11- tot 12-jarigen 69%.

Welke negatieve online ervaringen de kinderen hebben meegemaakt volgens de ouders, toont de grafiek.

Negatieve ervaringen kind online

Basis: allen, n=1.005



De meest voorkomende negatieve ervaringen die kinderen online meemaken en delen met de ouders, zijn het zien van blootfilmpjes/-foto's, en online pesten. Deze zaken komen ook significant vaker voor onder 11- tot 12-jarigen: ongeveer een op de acht kinderen in deze leeftijdscategorie heeft volgens de ouders online blootfilmpjes/-foto's gezien (13%). Ook krijgen kinderen op deze leeftijden vaker te maken met online pestgedrag, zowel als slachtoffer (14%) of door zelf te pesten (8%).

6. Opvoeden met media

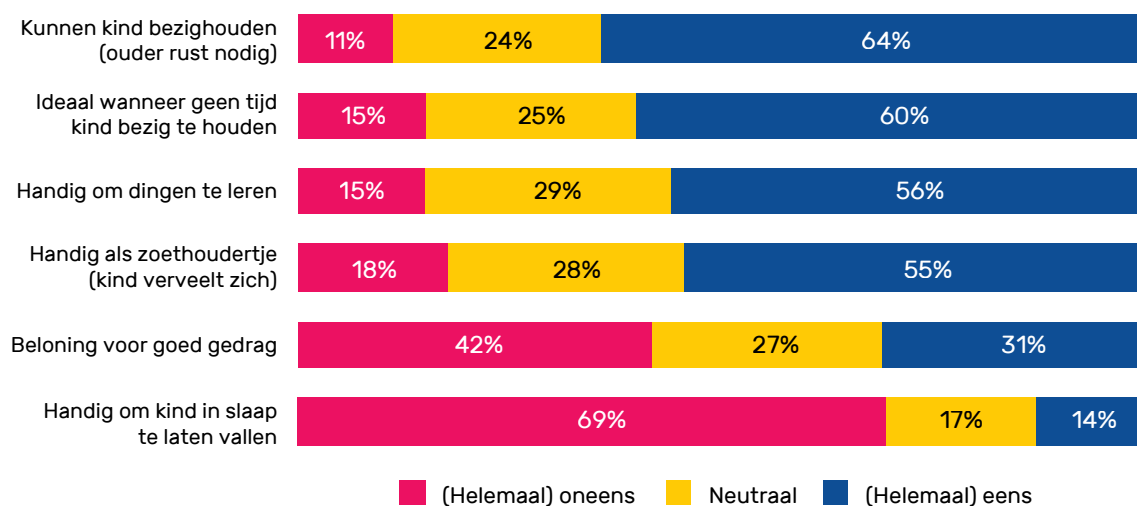
In dit hoofdstuk bespreken we de relatie tussen media en de opvoeding van ouders met kinderen in de leeftijd 7 t/m 12 jaar. Hierbij wordt niet alleen gekeken naar de rol die ouders spelen als opvoeder met betrekking tot media, maar ook hoe media gebruikt worden in de opvoeding van het kind.

Aan bod komen de manier waarop media worden ingezet als hulpmiddel voor ouders, welke opvoedkundige taken ouders uitvoeren op het gebied van media, welke regels en maatregelen zij hier hanteren, en hoe er wordt ingegrepen wanneer het kind zich hier niet aan houdt.

6.1 Media als hulpmiddel in opvoeding

Opvattingen media als hulpmiddel voor ouders

Basis: allen, n=1.005 (excl. weet niet/ n.v.t.)



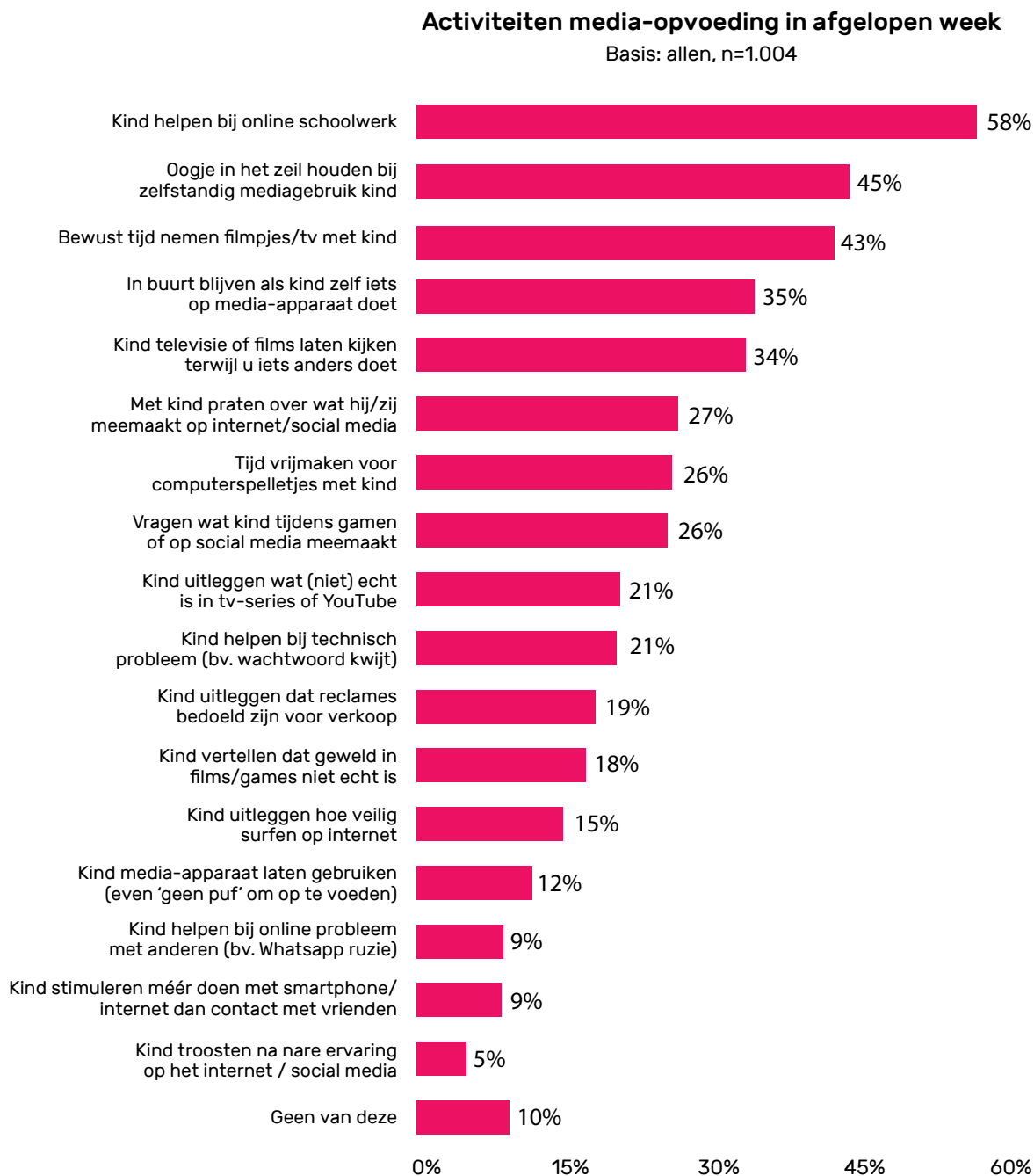
Ouders zien diverse manieren waarop media een ondersteunende functie kunnen bieden in de opvoeding. Zo is een meerderheid het ermee eens dat media handig zijn om een kind bezig te houden: bijvoorbeeld wanneer de ouder rust nodig heeft (64%) of geen tijd heeft (60%), of wanneer het kind zich verveelt (55%). Ook geeft meer dan de helft aan dat media handig zijn om het kind iets te leren (56%).

Daarentegen zijn ouders een stuk terughoudender om media in te zetten als beloning voor goed gedrag (42% zou dit niet doen), en zien zij media als ongeschikt hulpmiddel om een kind in slaap te laten vallen (69%).

Media worden het vaakst als handig hulpmiddel gezien door ouders van de jongste leeftijdscategorie, met name wanneer de ouder tijdgebrek (66%) heeft of behoefte aan rust (70%), maar ook vaker als beloning (37%) of slaapmiddel (18%). Daarnaast valt op dat ouders met een niet-westerse migratieachtergrond media over de gehele linie vaker als hulpmiddel gebruiken in de opvoeding dan autochtone Nederlanders of ouders met een westerse migratie-achtergrond.

6.2 Opvoedkundige activiteiten met media

De volgende grafiek toont met welke opvoedkundige media-activiteiten de ouders bezig zijn met hun kinderen in de leeftijd 7 t/m 12 jaar.



Meer dan de helft van de ouders van 7- tot 12-jarige kinderen was in de afgelopen weken bezig hun kinderen te helpen met online schoolwerk (58%). Wat betreft het opvoeden met media nemen ouders vaak een wat meer passieve houding in, bijvoorbeeld door een oogje in het zeil te houden (45%) of in de buurt te blijven (35%), films/tv te kijken met het kind (43%), of kinderen hier zelf naar te laten kijken terwijl zij zelf iets anders doen (35%).

Onder 7- tot 8-jarigen (en deels onder 9- tot 10-jarigen) zijn ouders vaker bezig met deze meer passieve activiteiten, of het uitleggen van bepaalde zaken (wat echt of niet echt is, zoals geweld in games), terwijl ouders van 11- tot 12-jarigen vaker bezig zijn met vragen naar of praten over de ervaringen van het kind op internet, games, en sociale media, of het kind stimuleren om meer met hun smartphone/internet te doen dan contact te hebben met vrienden.

Daarnaast zien we enige verschillen in opvoedkundige activiteiten en de herkomst van de ouders. Ouders met een westerse migratieachtergrond zijn vaker interactief met hun kinderen bezig op mediagebied: zo nemen zij vaker bewust de tijd om filmpjes te kijken met het kind (51% vs. 41% Nederlandse achtergrond, 49% niet-westers), en praten (38% vs. 26% Nederlandse achtergrond, 25% niet-westers) of vragen (34% vs. 26% Nederlandse achtergrond, 18% niet-westers) zij vaker over wat het kind op sociale media meemaakt. Ook blijven zij vaker in de buurt (49%, vs. 34% Nederlandse achtergrond, 31% niet-westers) of houden zij een oogje in het zeil (55%, vs. 44% Nederlandse achtergrond, 43% niet-westers) wanneer het kind media gebruikt.

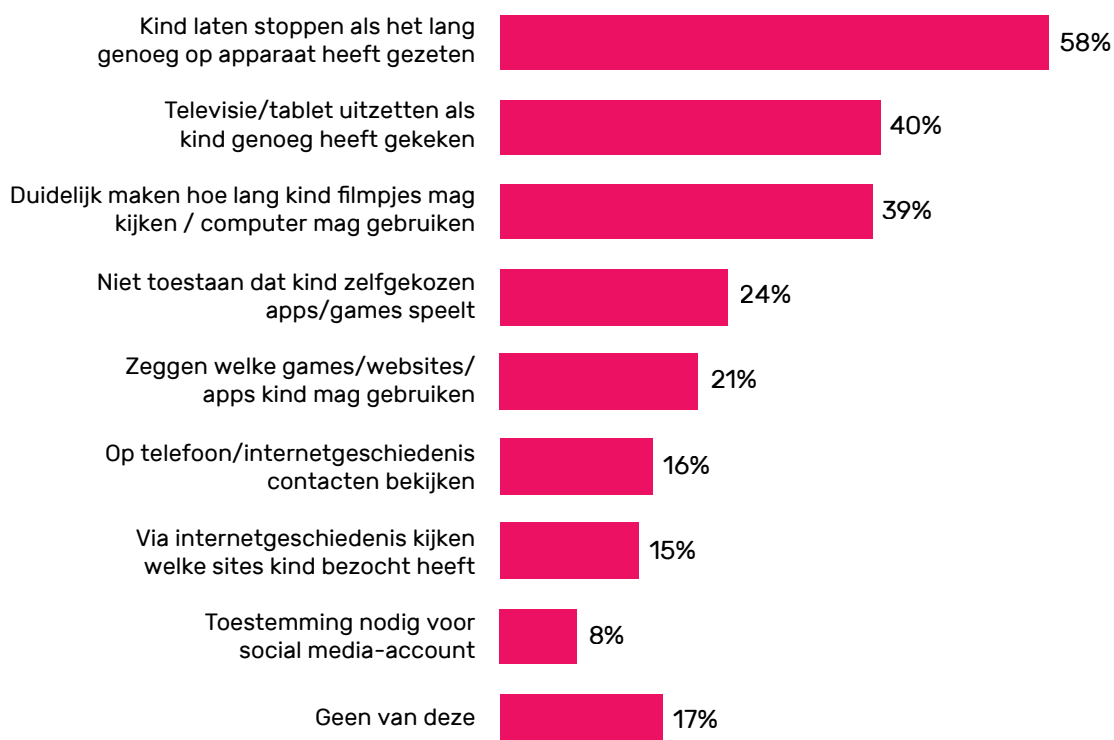
Ook zien we dat lageropgeleide ouders kinderen minder vaak helpen bij online schoolwerk (48% vs. 60%), en dat hogeropgeleide ouders vaker het kind media laten gebruiken wanneer zij zelf geen puf hebben om op te voeren (16% vs. 7-11%).

6.3 Controle mediagebruik door ouders

Wat de ouders allemaal doen om het mediagebruik van de kinderen te controleren, toont de grafiek.

Controle mediagebruik kind door ouders

Basis: allen, n=1.004



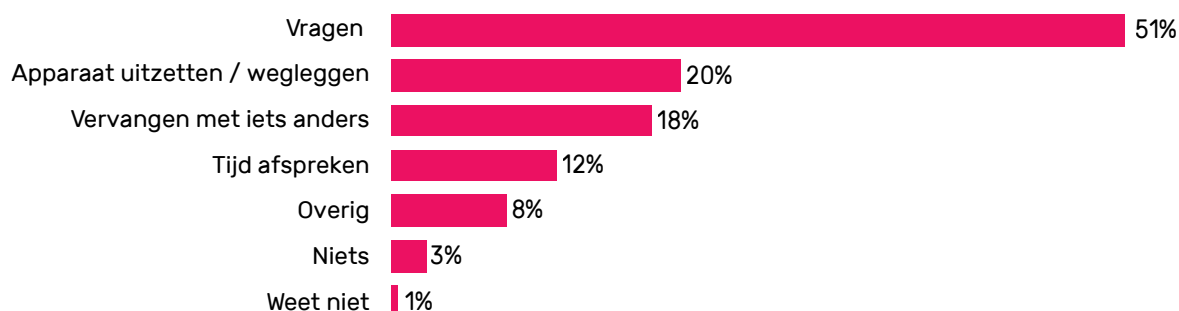
Ouders houden zich met name bezig met het stellen van grenzen aan de hoeveelheid tijd die kinderen aan media besteden, bijvoorbeeld door het kind te vragen te stoppen bij langdurig mediagebruik (58%), het apparaat uit te schakelen wanneer het kind lang genoeg heeft gekeken (40%), of vooraf duidelijk te maken hoe lang het kind mag kijken (39%).

Daarbuiten hanteren ongeveer een vijfde tot een kwart regels over de inhoud van de media die hun kind gebruikt, bijvoorbeeld welke games, apps, of websites het mag gebruiken of bezoeken. Iets minder dan een zesde controleert hun kind ook door de telefoon of internetgeschiedenis te bekijken. Zo'n 17% van de ouders geeft aan geen van bovenstaande regels te hanteren m.b.t. het mediagebruik van het kind.

Onderstaande grafiek toont de acties die ouders ondernemen wanneer hun kind te lang gebruikmaakt van media.

Ingrijpen ouders

Basis: random selectie, n=200

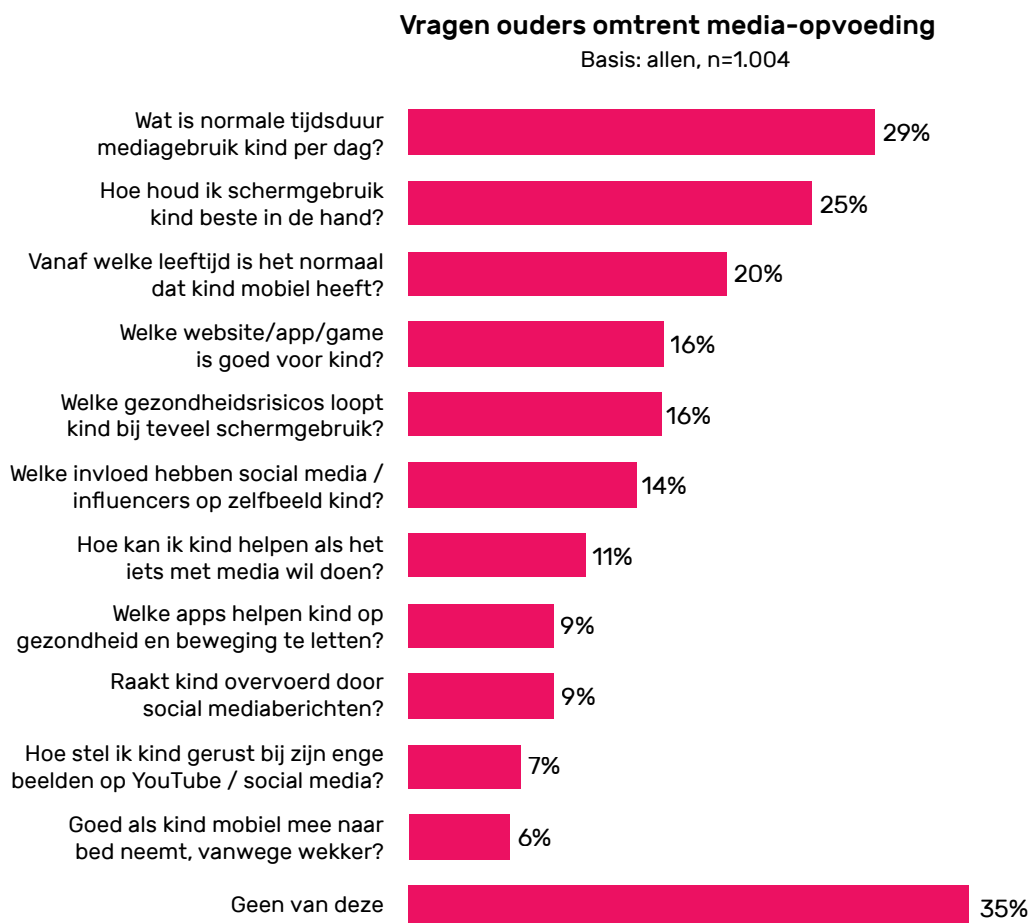


Wanneer ouders zien dat hun kind te lang gebruik heeft gemaakt van media, vraagt een ruime meerderheid hen hier direct mee te stoppen, of zij zetten zelf het apparaat uit. Een kleine 30% kiest voor een andere oplossing: bijvoorbeeld door de media te vervangen door een andere activiteit, of een eindtijd/-moment af te spreken ('nog 5 minuutjes', 'nog 1 level', etc.). Een klein gedeelte kiest voor andere hulpmiddelen, zoals een wekker of een app die het apparaat na een bepaalde tijd automatisch uitschakelt.

7. Informatiebehoefte ouders

In dit hoofdstuk bespreken we de primaire informatiebehoefte van ouders op het gebied van media, en welke bronnen zij hier zoal voor raadplegen.

7.1 Informatiebehoefte ouders



In de informatiebehoefte zien we tevens terug dat ouders vooral worstelen met de schermtijd van hun kind. Daarbij gaat het voornamelijk om wat een normale tijdsduur per dag is, en hoe zij het schermgebruik van hun kind (beter) in de hand kunnen houden.

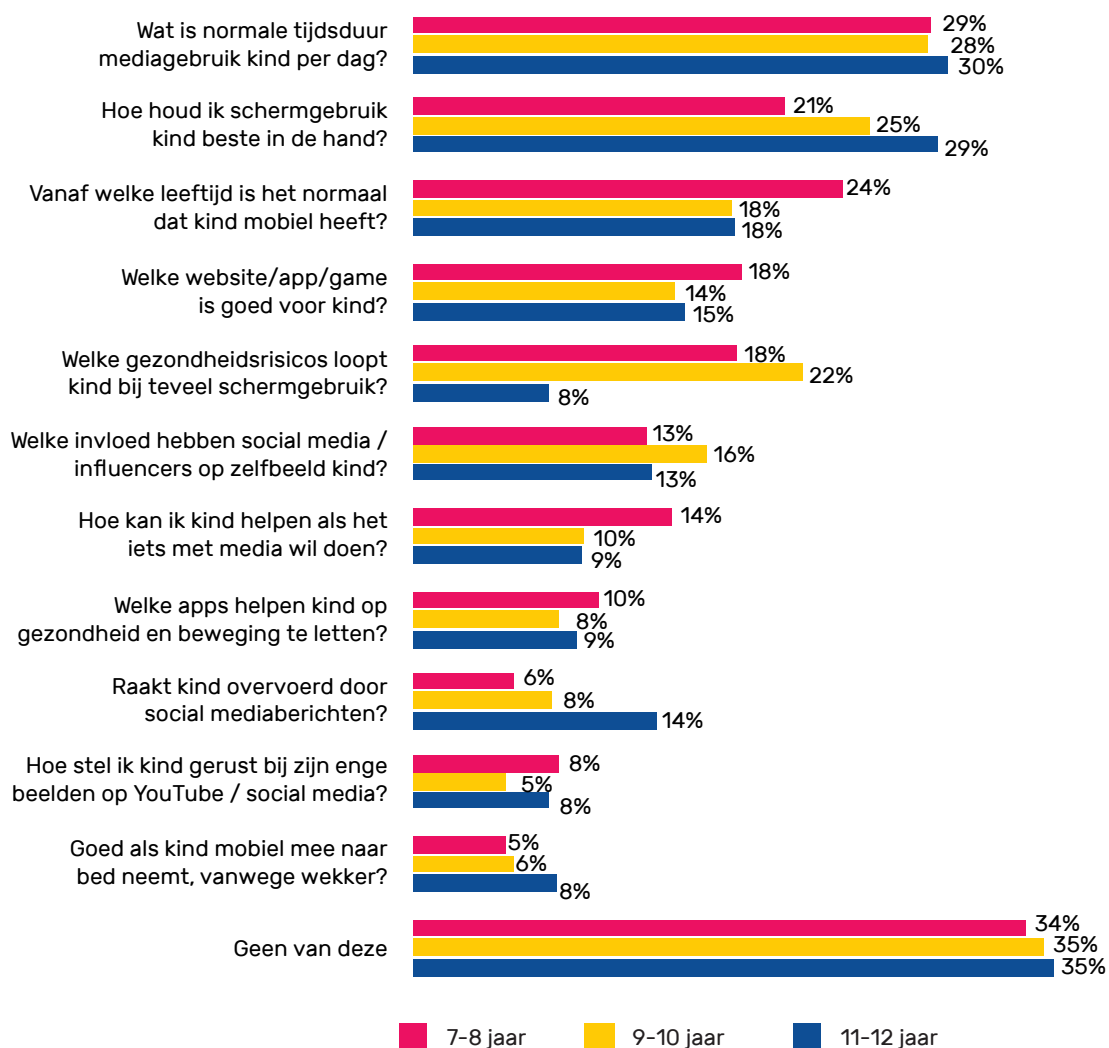
Wanneer we een vergelijking maken tussen de verschillende leeftijdsgroepen (zie onderstaande grafiek), zien we dat de vraag hoe schermgebruik in de hand kan worden gehouden toeneemt onder ouders van 11- tot 12-jarige kinderen (29% vs. 21-25%). Ook vragen zij zich vaker af of hun kind overvoerd raakt van alle socialemediaberichten (14% vs. 6-8%). Ouders van jongere kinderen (7-8 en 9-10 jaar) zijn daarentegen aanzienlijk vaker bezorgd over de gezondheidsrisico's die kinderen lopen bij overmatig schermgebruik (18-22% vs. 8%).

Daarnaast valt in de aanvullende uitsplitsingen op dat laagopgeleide ouders zich aanzienlijk vaker niet (45%) met de hierboven vermelde opvoedkundige vragen omtrent media bezighouden dan midden- en hoogopgeleide ouders (32%-31%).

De onderstaande grafiek toont de meest gestelde vragen van ouders omtrent het mediagebruik van kinderen, per leeftijdsgroep van het kind.

Vragen ouders omtrent media-opvoeding (leeftijd)

Basis: allen, n=1.004

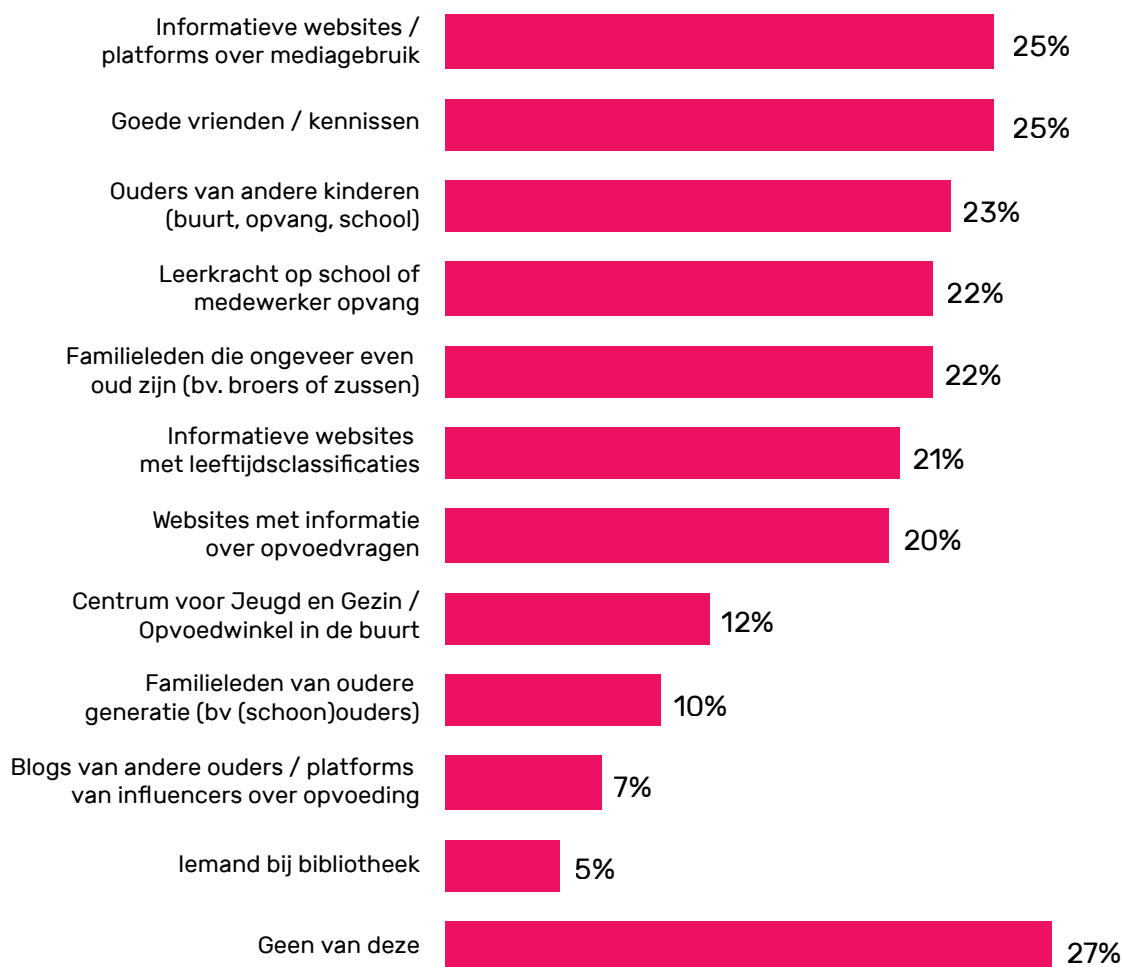


7.2 Informatiebronnen mediaopvoeding

Onderstaande grafiek toont welke bronnen ouders het meest raadplegen voor vragen omtrent mediagebruik.

Bronnen voor informatie over mediagebruik kind

Basis: allen, n=1.004



Uit bovenstaande grafiek valt op te maken dat de bronnen die ouders gebruiken redelijk gelijkmatig verdeeld zijn. Het liefst raadplegen ouders informatieve websites, goede vrienden, en ouders van andere kinderen. Minder geraadpleegd zijn het Centrum voor Jeugd en Gezin, oudere familieleden, blogs, en bibliotheekpersoneel.

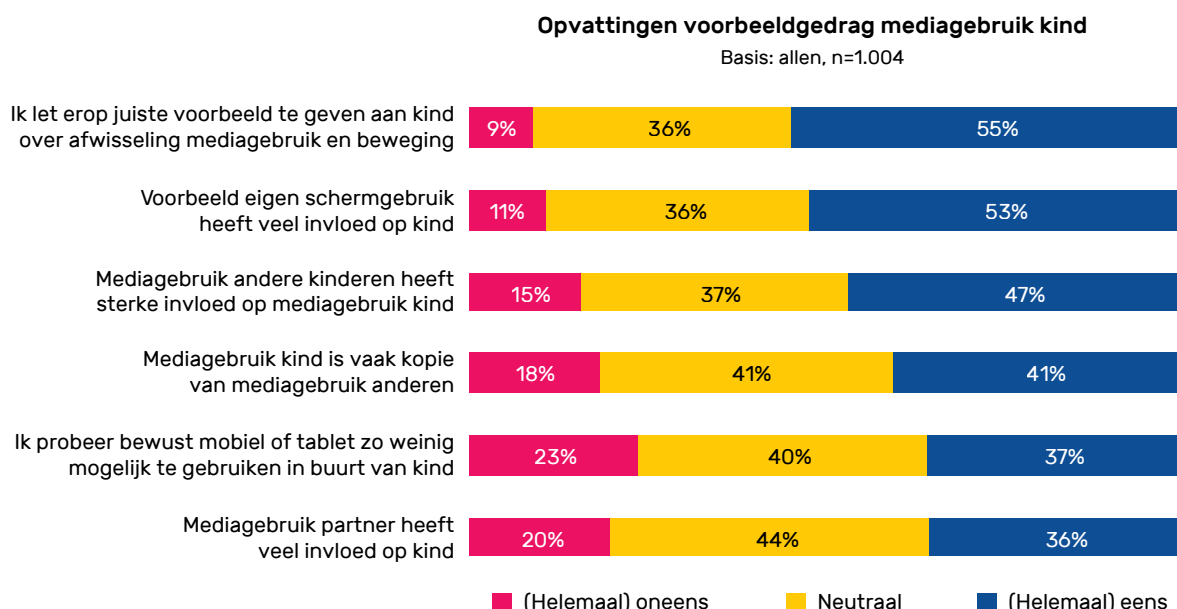
Welke bronnen ouders het vaakst raadplegen verschilt nauwelijks tussen leeftijdsgroepen: alleen onder 11- tot 12-jarigen zouden ouders iets vaker (26% vs. 20%) een leerkracht om advies vragen. Daarnaast valt op dat ouders met een niet-westerse migratieachtergrond aanzienlijk vaker (20%) navraag doen bij familieleden van een oudere generatie – bv. (schoon)ouders. Voor de rest van de ouders is dit een bron die men minder gebruikt wanneer het gaat om mediagerelateerde vragen (6-8%).

8. Mediagebruik ouders en voorbeeldgedrag

In dit hoofdstuk onderzoeken we hoe ouders zelf gebruikmaken van media: waar besteden zij de meeste tijd aan, en zien zij ook een invloed of voorbeeldfunctie van hun mediagebruik op dat van hun kinderen?

8.1 Opvattingen voorbeeldgedrag

De onderstaande grafiek toont in hoeverre ouders denken dat hun eigen schermgedrag en dat van anderen invloed heeft op dat van hun kind, en in welke mate zij hier rekening mee houden.



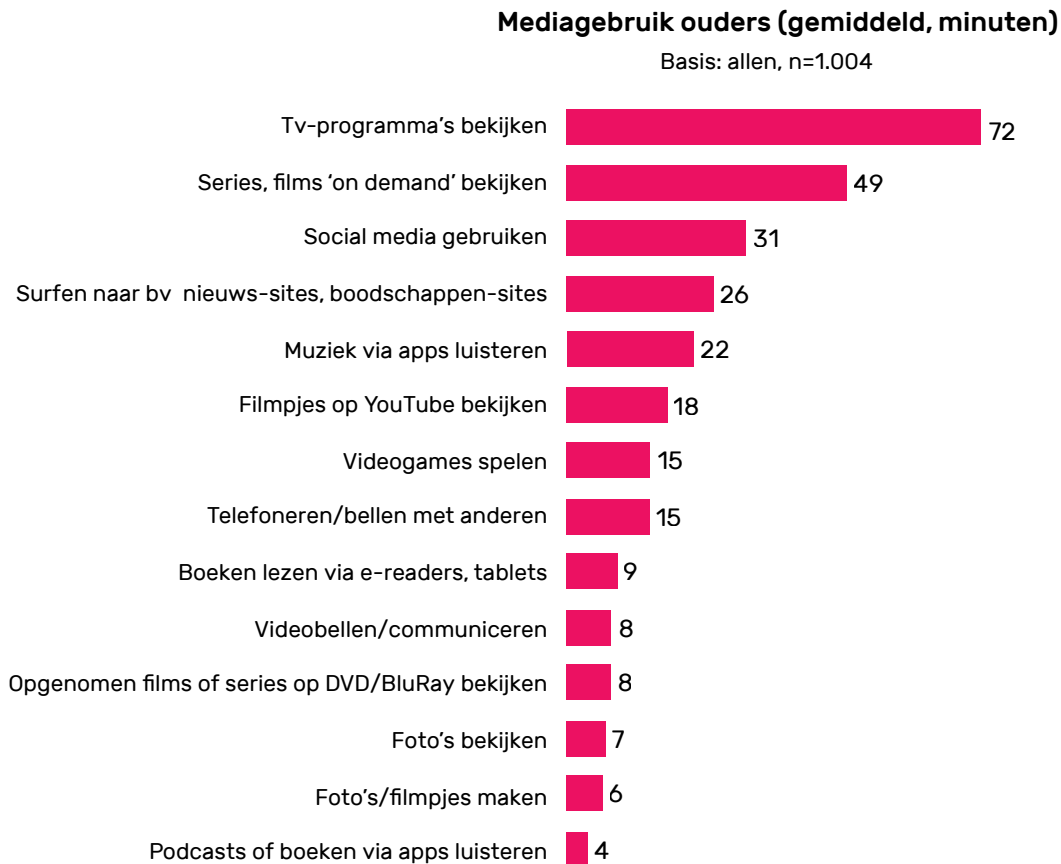
Iets meer dan de helft (53%) van de ouders is van mening dat hun eigen schermgebruik veel invloed heeft op het mediagebruik van hun kind. Hier proberen zij voornamelijk het goede voorbeeld te geven door zelf een gezonde afwisseling te laten zien tussen mediagebruik en beweging (55%), een kleiner gedeelte probeert het eigen gebruik van mobiel of tablet in het bijzijn van het kind zoveel mogelijk te beperken (37%). Opvallend genoeg schatten ouders de invloed van hun partner op de kinderen een stuk lager in (36%).

Ouders van kinderen tussen 11 en 12 jaar zijn het vaker oneens met de opvatting dat hun eigen schermgebruik (14% vs. 8-10%), of dat van hun partner (25% vs. 17-16%) effect heeft op dat van hun kind, en proberen hier ook vaker niet rekening mee te houden, door zelf het juiste voorbeeld te geven (11% vs. 6-10%), of eigen schermgebruik te verminderen (28% vs. 21-20%).

Daarentegen zijn zowel ouders van kinderen van 7 tot 8 jaar, én van 11 tot 12 jaar, het vaker eens dat het mediagebruik van andere kinderen invloed heeft op dat van hun kind (resp. 50% en 51%, vs. 41%). Ouders van 9- tot 10-jarigen nemen hier vaker een neutrale positie in (45%).

8.2 Mediagebruik ouders

Hoeveel tijd de ouders zelf gebruikmaken van de verschillende media, toont de grafiek.



Zelf besteden ouders dagelijks de meeste tijd aan het bekijken van tv-programma's (gemiddeld 72 minuten) en films en series 'on demand' (gemiddeld 49 minuten).

Een aanvullende check naar achtergrondkenmerken wijst uit dat ouders van kinderen van 7 tot 8 jaar meer tijd besteden aan sociale media (gemiddeld 34 minuten) en films en series 'on demand' (gemiddeld 55 minuten). Daarnaast ligt de mediaconsumptie over vrijwel alle activiteiten hoger onder ouders met een niet-westerse migratieachtergrond en laagopgeleide ouders.

9. Invloed corona op mediagebruik

Ten slotte is in dit onderzoek de vraag gesteld welke invloed de huidige coronacrisis heeft op het mediagebruik van kinderen. De meting van dit onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 30 december 2020 en 13 januari 2021, waarin in Nederland een lockdown van kracht was, en de meeste kinderen niet naar school konden gaan.

9.1 Impact corona op mediagebruik kinderen

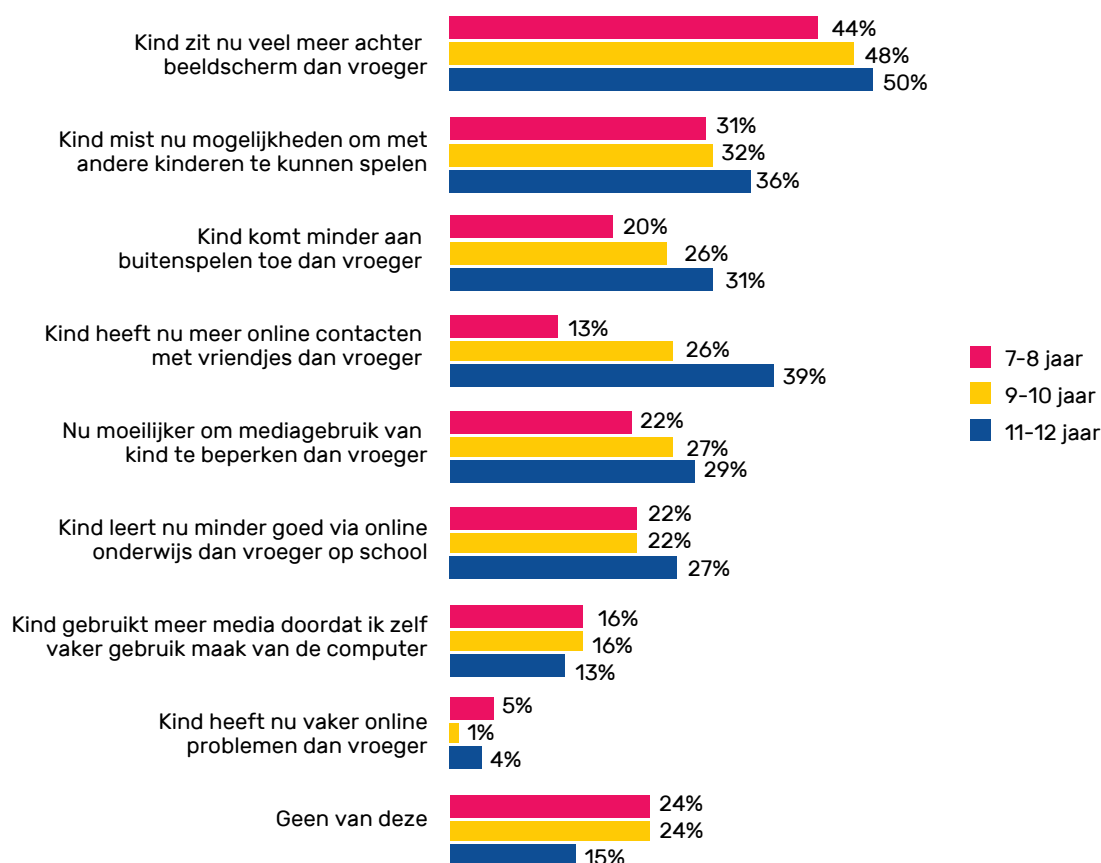
Onderstaande grafiek toont hoe het mediagebruik van kinderen is veranderd sinds de coronamaatregelen.



Ongeveer de helft (48%) van de ouders geeft aan dat hun kind sinds de coronamaatregelen veel meer achter een beeldscherm zit dan voorheen. Daarbuiten is de impact van corona die ouders merken op het mediagedrag van hun kind redelijk gelijkmatig verdeeld. Ongeveer een derde tot een kwart merkt op dat het kind de mogelijkheden mist om met andere kinderen te spelen (33%), minder aan buitenspelen toekomt (26%) en minder goed kan leren (23%); tevens vindt een kwart van de ouders (26%) het lastiger om in deze tijden het mediagebruik van het kind in te perken.

Impact corona op mediagebruik (leeftijd)

Basis: n=1.005



Wanneer we kijken naar de impact van corona op het mediagebruik per leeftijdscategorie, zien we dat met name 11- tot 12-jarigen meer verandering ervaren (85% t.o.v. 76% onder 7 tot 8 jaar en 9 tot 10 jaar). Dit zit vooral in het sterker toegenomen online contact met vrienden (39%). Daarnaast geven ouders in deze leeftijdscategorie ook iets vaker aan het lastig te vinden om het mediagebruik van hun kinderen in te perken (29%).

Daarnaast valt op dat laagopgeleide ouders vaker geen verandering ervaren in het mediagebruik van hun kind (29%) dan midden- of hoogopgeleide ouders (resp. 20% en 18%).



CHOICE

