



# MediaDiamant

*Wegwijs in mediaopvoeding*

## Theoretisch Kader

Theoretisch kader MediaDiamant	blz. 2
Achtergronden en cijfers	blz. 3
Visie op mediaopvoeding	blz. 4
Mediaopvoeding naar leeftijd	blz. 6
Ontwikkeltraject van de MediaDiamant	blz. 8
De MediaDiamant - Wegwijs in mediaopvoeding	blz. 12
Vijf kanten van de MediaDiamant	blz. 13
Conclusie en Aanbevelingen	blz. 30
Bronnen	blz. 31



## Theoretisch kader MediaDiamant

**Veel opvoedvragen van ouders gaan over het mediagebruik van hun kinderen. Met media bezig zijn is leuk en biedt kinderen veel kansen, maar ouders kunnen zich ook zorgen maken over wat kinderen online doen en wie of wat zij daarbij tegenkomen. Mediagebruik is of lijkt voor kinderen een normale zaak, maar opvoeders zijn er niet altijd mee opgegroeid. Ouders van nu hebben behoefte aan concrete tips om hun kind te leren verstandig om te gaan met media.**

Ouders weten niet altijd waar zij adviezen en antwoorden kunnen vinden op hun vragen over mediagebruik en opvoeden. Ruim de helft van de ouders heeft behoefte aan een praktische 'schijf van vijf' voor mediaopvoeding (*Mediawijzer.net, 2016*). Ook professionals hebben behoefte aan betrouwbare en gevalideerde informatie om kinderen en ouders te begeleiden en ondersteunen. Het is belangrijk voor ouders en professionals om bewust met mediaopvoeding bezig te zijn en kwalitatief goede producten aan te reiken die aansluiten bij het ontwikkelingsniveau van het kind. Ouders hebben behoefte aan heldere wegwijzers hiervoor.

Binnen het netwerk van Mediawijzer.net is daarom in een co-design traject met experts, professionals en ouders een MediaDiamant ontwikkeld, waarin vijf verschillende kanten van mediaopvoeding worden belicht. Het model nodigt ouders en professionals uit om in de mediaopvoeding aandacht te hebben voor zowel het **plezier** die media bieden, de **veiligheid**, het **samen** doen, een goede **inhoud** en de juiste **balans**. Ouders krijgen vervolgens praktische tips en informatie over hoe ze deze vijf elementen kunnen toepassen en worden verwezen naar relevante kennisbronnen. Het model beoogt dat ouders en professionals media op een actieve en natuurlijke manier kunnen gaan integreren in de opvoeding, met een focus op de kansen die media bieden.

Dit document beschrijft de onderbouwing en totstandkoming van de MediaDiamant. Naast achtergronden en cijfers geeft het een visie op mediaopvoeding. Aan het slot worden nog aanbevelingen gedaan voor mogelijke doorontwikkelingen van de MediaDiamant, bijvoorbeeld voor verschillende doelgroepen ouders.



## Achtergronden en cijfers

### Beeldschermgebruik van kinderen

Kinderen en jongeren van nu groeien op met het dagelijks gebruik van diverse beeldschermen. Vier op de tien ouders laten hun baby vóór hun tweede verjaardag kennis maken met de smartphone. De tijd die kinderen aan beeldschermen besteden vertoont een stijgende trend. 88 procent van de kinderen tussen de 4-13 jaar gebruikt elke dag één of meer digitale media, zoals de smartphone, tablet of tv (*GGD Kennemerland, 2016*). De tv is het populairst, gevolgd door de mobiele telefoon en de tablet. Afhankelijk van de leeftijd van de kinderen gebruiken ze verschillende soorten media: jonge kinderen kijken meer televisie, tieners en pubers gebruiken hun mobiele telefoon en computer vaker. (*Mediawijzer.net, 2016; GGD Kennemerland, 2016; Van Rooij & Schoenmakers, 2013; Mediawijzer.net, 2014*).

### Vragen van ouders

Meer dan de helft van de ouders heeft vragen over het mediagebruik van hun kind. Vragen van ouders gaan vooral over duur, veiligheid en inhoud. Ouders willen weten wat een normale tijdsduur is om met media bezig te zijn, hoe ze de veiligheid van hun kind kunnen garanderen en welke inhoud (websites en apps) geschikt is. Naarmate kinderen ouder worden, maken ouders zich steeds meer zorgen over de veiligheid, maar ook over de impact van mediagebruik op de concentratie, het huiswerk en de schoolprestaties. Om greep te krijgen op het mediagebruik van hun kind stellen ouders regels op. Naast regels over tijdstip, inhoud en duur gaan deze bijvoorbeeld ook over de plek waar media worden gebruikt (niet in de slaapkamer), veiligheid (een verstandige avatar/gebruikersnaam aanmaken, geen informatie delen met vreemden) en toestemming vragen (niet zelf downloaden) (*Nikken & Markx, 2014; GGD Kennemerland, 2016; Mediawijzer.net, 2016*).

Ouders (en kinderen) hebben een duidelijke kennisvraag en waarderen objectieve (ongekleurde en niet belerende) adviezen van professionals. De behoefte aan informatie en advies neemt toe naarmate het kind ouder is en ouders vaker vragen of twijfels hebben: van de ouders van 4/5-jarigen wil 31 procent advies, tegenover 51 procent van de ouders van 12/13-jarigen. Ondanks dat ze behoefte hebben aan informatie en advies, vinden ouders die slechts incidenteel en niet gemakkelijk. Ouders zijn lang niet altijd



op de hoogte van informatieavonden of andere adviesmogelijkheden, of ze vinden de drempel om hiervan gebruik te maken te hoog. Ouders krijgen vooral informatie en advies via familie en vrienden (beiden 67 procent) en minder via professionals (37 procent). 41 procent van de ouders die behoefte heeft aan informatie krijgt dat niet van professionals terwijl zij dat wel graag zouden willen (*GGD Kennemerland, 2016, Ipsos Mori & Vodafone 2017, H&S Consulting, 2014*).

### Informatiebehoefte van professionals

Om hun werk goed te kunnen doen hebben professionals behoefte aan goede en gevalideerde informatie, waarmee zij ouders bij de mediaopvoeding kunnen ondersteunen. Mediaopvoeding is nog altijd een relatief nieuw onderwerp binnen de opvoedingsondersteuning. Bovendien zijn ook professionals zelf niet altijd met mediagebruik opgegroeid. Om professionals/beroepskrachten en ouders te helpen bij het vinden van goede antwoorden, heeft het Nederlands Jeugdinstituut (hierna: NJi) de Toolbox Mediaopvoeding ontwikkeld (*NJi, 2015*). De Toolbox voorziet in uitgebreide informatie over het mediagebruik van kinderen in verschillende leeftijdsfasen en geeft praktische tips. De MediaDiamant biedt hierop een aanvulling. Deze praktische tool is door professionals in te zetten bij het begeleiden van ouders.

### Visie op mediaopvoeding

**Mediaopvoeding is dat deel van de opvoeding waarbij kinderen leren om bewust en selectief met media om te gaan en de inhoud van het media-aanbod kritisch te beschouwen en op waarde te schatten (*NJi, 2015*). Opvoeden is het grootbrengen van kinderen tot volwassen deelnemers aan de maatschappij. In een grotendeels digitale maatschappij moeten kinderen dus weten hoe zij op een goede, veilige en gebalanceerde manier kunnen omgaan met media (*van Dam, 2014*). Het adviesrapport mediaopvoeding (*2014*) omschrijft mediaopvoeding als: alle inspanningen die opvoeders en ouders verrichten om het kind te begeleiden tot het zelfstandig en wijs kunnen gebruiken van digitale media.**

**Mediaopvoeding is een integraal onderdeel van de 'gewone' opvoeding. Echter, omdat het nieuw is vraagt het van opvoeders om expliciete aandacht. Omgaan met mediagebruik vinden ouders lastiger dan 'gewone' opvoedproblemen zoals**



**zindelijkheid of eetgedrag. Ze kunnen niet terugvallen op eigen ervaringen en opvoedtradities. Bovendien is de mediaomgeving dynamisch en voortdurend in ontwikkeling doordat de techniek zich steeds verder ontwikkelt (Nikken & Markx, 2014). Dit vereist een bewuste en continue interesse in media en de nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden.**

### Democratische mediaopvoeding

Kinderen leren omgaan met media vraagt om een actieve begeleiding door ouders en andere opvoeders. Enerzijds gaat het hierbij om 'gewoon opvoeden', waarbij we weten dat een democratische stijl het beste werkt (Wubs, 2010). Meekijken, praten en uitleg geven, het betrekken van het kind bij het maken van afspraken, je hieraan houden (zowel ouder als kind), het kind laten oefenen, weten wat het kind doet en ingrijpen op het moment dat er iets mis gaat. Op deze manier stimuleer je het zelfvertrouwen en groeit het eigen oordeel van het kind, waarbij ouders steeds meer kunnen loslaten.

### Mediawijsheid competenties

Mediaopvoeding brengt ook specifieke, aan media gerelateerde opvoedvragen of kwesties met zich mee. Bijvoorbeeld hoe je voorkomt dat je kind ongeschikte foto's op sociale media plaatst, zeurt om dingen uit de reclame, dingen te zien krijgt die je als ouder ongeschikt vindt of hoe je goede games en apps kunt vinden (onder andere Nikken & Markx, 2014). Het omgaan met deze situaties en vragen vraagt om mediawijsheid van ouders en kinderen.

In 2005 introduceerde de Raad voor Cultuur de term mediawijsheid als "het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld" (Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap, 2005). Mediawijzer.net heeft dit in 2012 vertaald naar een serie competenties (houding, vaardigheden en kennis) die je nodig hebt om actief en bewust deel te kunnen nemen aan de mediasamenleving: het Mediawijsheid Competentiemodel (2012).

Het Mediawijsheid Competentiemodel bestaat uit vier hoofdcategorieën:

- 1) Begrip:** je bewust zijn van de medialisering van onze samenleving, begrijpen hoe media gemaakt worden, zien hoe media onze werkelijkheid kleuren;
- 2) Gebruik:** de vaardigheden om media te gebruiken, je vlot kunnen bewegen in me-



dia-omgevingen (een game, website, je mobiel);

**3) Communicatie:** informatie kunnen vinden en verwerken, content creëren (een YouTube filmpje, blog, LinkedIn profiel), meedoen in sociale netwerken als Facebook of Twitter;

**4) Strategie:** reflecteren op eigen mediagebruik, doelen realiseren met media zoals je opleiding afmaken of een droomhuis vinden.

Deze competenties ondersteunen ouders bij het reflecteren op (en uitvoeren van) mediaopvoeding en worden onder andere via mediaopvoeding weer op de kinderen overgebracht. Als ouders een actieve en bewuste houding naar en visie op media hebben, is het duidelijker en gemakkelijker om (consequent) uit te leggen aan kinderen op welke manier er (in het gezin) met media wordt omgegaan. Dit maakt het praten over media in het gezin makkelijker en het uitwisselen over wat je meemaakt in de virtuele/online wereld natuurlijker. Het helpt kinderen open te zijn en geeft hen de ruimte om vragen te stellen.

## Mediaopvoeding naar leeftijd

Het mediagebruik van kinderen verandert naargelang hun leeftijd, en de mediaopvoeding door ouders verandert mee. Jonge kinderen richten zich vooral op de televisie en de tablet, en gebruiken media vooral samen met hun ouders. Naarmate kinderen ouder worden ontsluiten zich steeds meer mediamogelijkheden, denk aan het krijgen van een eigen mobiele telefoon en het gebruiken van internet en sociale media. Kinderen krijgen steeds meer een eigen mediabehoefte en gebruiken media steeds meer met leeftijdsgenootjes. Wanneer kinderen nieuwe vormen van media gaan gebruiken, maken ouders idealiter steeds weer eenzelfde beweging: van meekijken, begeleiden en uitleg geven naar je kind zelf laten proberen en meer loslaten zodra dit kan. Mediaopvoeding is hiermee een dynamisch, aan leeftijd gebonden proces.

### Jonge kinderen (0-6 jaar)

Het jaarlijkse Iene Miene Media onderzoek van Mediawijzer.net (2012-2016) laat zien dat het mediagebruik door jonge kinderen jaarlijks toeneemt. Kinderen besteden de meeste tijd aan televisie (62 minuten per dag), gevolgd door de tablet (47 minuten). In 2012 waren de kinderen uit dit onderzoek nog gemiddeld 12 minuten per dag met een tablet in de weer. Jonge kinderen gebruiken media nog veel samen met of in het bijzijn van hun ouders.



Vanaf het vijfde levensjaar krijgen ouders relatief meer vragen over mediaopvoeding. Ouders van jonge kinderen vragen zich vooral af hoe ze de veiligheid van hun kind online kunnen garanderen en wat een normale hoeveelheid tijd is om per dag aan media te besteden. Andere vragen gaan over het bepalen van geschikte inhoud en het voorkomen van ruzies tussen kinderen onderling over het gebruik van beeldscherm media (*Mediawijzer.net, 2016*). Ouders die zelf geen moeite hebben met digitale handelingen hebben ook minder vragen. Deze groep geeft echter wel aan een informatieve 'schijf van vijf' aangaande mediaopvoeding te zullen waarderen.

### **Schoolleeftijd - onderbouw (6-9 jaar)**

In de loop van de basisschool krijgen kinderen steeds meer een eigen mediabehoefte: zij kiezen hun eigen games, televisieprogramma's, YouTube filmpjes et cetera. Kinderen van 5-8 jaar maken met 15 minuten per dag tweeëneenhalf keer zo lang gebruik van een smartphone dan in 2012 (6 minuten) (*Iene Miene Media onderzoek, 2015*). Ook gebruiken zij media steeds meer met leeftijdsgenootjes (en dus steeds minder met ouders). Gemiddeld besteden kinderen tussen de 6 en 10 jaar oud twee uur per dag aan mediagebruik (*Spatonline, 2016*).

### **Schoolleeftijd - bovenbouw (10-12 jaar)**

Kinderen in de bovenbouw (groep 7, 8) hebben steeds vaker minimaal één eigen scherm. De gemiddelde leeftijd waarop kinderen deelnemen aan sociale media ligt op dit moment rond de 10 jaar (*Weghorst, 2015*). De apps die kinderen het meest gebruiken zijn WhatsApp, Facebook en Instagram (*Weghorst, 2015*). Ze gaan zelfstandig online en hebben contact met anderen en maken filmpjes, vloggen, bloggen en bouwen eigen websites (*NJi, 2015*). Tussen de 10 en 14 jaar is het mediagebruik van kinderen al opgelopen tot vijfenhalf uur per dag (*Spatonline, 2016*).

Omdat de meeste bovenbouwkinderen al een eigen smartphone hebben en toegang tot internet, gaan tijdens de basisschoolleeftijd vragen over veiligheid - naast vragen over duur en inhoud - een steeds grotere rol spelen. Ouders hebben bijvoorbeeld vragen over wie of wat hun kind online tegenkomt, het stiekem online plaatsen van ongeschikte foto's of online gepest worden. Ook maken ouders zich zorgen over het afgeleid worden door media bij het maken van huiswerk en de kans op verslaving. De vraag over al dan niet een



eigen smartphone geven speelt vooral bij ouders van 9 tot 11-jarigen (*Nikken & Markx, 2014; GGD Kennemerland, 2016*).

### **Tieners/Pubers (13-18 jaar)**

Jongeren gebruiken media steeds meer zelfstandig en uit het zicht van ouders. De hoeveelheid tijd die ze aan media besteden neemt verder toe: tot vijfenhalf uur per dag bij 10-14 jarigen (*Van Deursen & Van Dijk, 2012*). Bijna iedere jongere heeft een eigen smartphone of computer en zien dit als een 'poort naar de eigen wereld', waar ze contact hebben met leeftijdsgenootjes. Jongens doen dit vooral via gamen, meisjes via sociale media. Ook in deze fase blijft het belangrijk dat ouders hun kind begeleiden en jongeren hebben hier zelf ook behoefte aan. Zo willen tieners graag advies over veilig online zijn, maar geeft de helft aan dat zij nooit advies heeft gekregen over hoe je je moet gedragen op sociale media. Jongeren zeggen hierbij meer te leren van hun ouders of wat ze hier online over kunnen vinden, dan van hun vrienden. Ook zouden jongeren graag advies krijgen van professionals, bijvoorbeeld op school (*Ipsos Mori/Vodafone 2017; Geelen & Prins, 2016*).

Rond 12/13 jaar neemt de behoefte van ouders aan advies over het mediagebruik van hun kind toe. Ouders maken zich onder andere zorgen over veiligheid, de invloed van media op schoolprestaties en op de gezondheid van hun kind, en het risico van verslaving. Ouders stellen regels op en begeleiden hun kind, maar geven ook aan dat regels in de praktijk best lastig uit te voeren zijn. Pubers luisteren niet altijd naar hun ouders, ouders schrikken soms van de felle reactie van hun puber als ze grenzen aangeven, en pubers hebben niet zo snel een alternatief voor hun vrijetijdsbesteding. Daarbij is begrenzen ook lastig, want jongeren hebben media ook steeds meer nodig voor hun huiswerk en op school. (*GGD Kennemerland, 2016, H&S Consulting, 2014*). Jongeren hechten ook sterk aan hun privacy. Dat is de belangrijkste reden om niet alles te willen delen met hun ouders. Van opvoeders vraagt dit om begrip: wanneer jongeren zich gesteund en begrepen voelen in de manier waarop ze met media omgaan, werkt dit risicoverlagend (*Kliksafe, 2017*).

## **Ontwikkeltraject van de MediaDiamant**

**Om ouders en professionals wegwijs te maken in mediaopvoeding is binnen het netwerk van Mediawijzer.net - in een co-design traject met experts, professionals**





**en ouders - de MediaDiamant ontwikkeld. Het model is ontwikkeld naar aanleiding van de grote behoefte van ouders aan een soort 'schijf van vijf' van mediaopvoeding (Mediawijzer.net, 2016). Bij de totstandkoming van het model waren een expertpanel in mediawijsheid en mediaopvoeding, een denktank van uitvoerende professionals en verschillende groepen ouders betrokken.**

Voorafgaand aan het traject is een aantal kenmerken of criteria geformuleerd, waaraan het model moest voldoen:

- Het model communiceert goed en is herkenbaar voor ouders.
- Het model is duurzaam inzetbaar – dus mediumonafhankelijk.
- Het model is gevalideerd. De inhoud:
  - ◇ sluit aan op de Toolbox Mediaopvoeding (NJI, 2015);
  - ◇ is getoetst op taligheid, culturele diversiteit en kwetsbare doelgroepen;
  - ◇ is ontwikkeld met en getoetst door experts, professionals en ouders.

### **Expertpanel**

Tijdens een eerste interactieve sessie met het expertpanel in mediawijsheid en mediaopvoeding (bestaande uit Denise Bontje, Justine Pardoën, Remco Pijpers en Peter Nikken) is gekeken welke focus het model moest hebben. Hieruit kwam naar voren dat het model zich gaat richten op ouders, het opvoeden van ouders, de ouder-kindrelatie en communicatie: het nadenken en praten over media en mediaopvoeding. Het model zorgt ervoor dat ouders zich competentier gaan voelen en op hun beurt ook weer zorg dragen voor mediacompetenties bij hun kinderen. Het model helpt om een balans te vinden tussen grenzen en vrijheid en samen en alleen (Pijpers, idee voor een Vliegermodel). Het model moet starten met een stuk bewustwording en hierna ouders ook naar relevante kennis toe leiden: goede en geschikte informatie en bronnen. Hoe ouders de informatie uiteindelijk in de praktijk brengen, wordt bepaald door hun eigen ervaringen met hun eigen kind.

**Quote Justine Pardoën (Dr.), Bureau Jeugd & Media:** *“De grondgedachte van het model zou moeten zijn dat we geen normering meegeven. We willen dat ouders gebruikmaken van hun eigen ervaringen met hun eigen kind (child), de verschillende soorten mediaproducten (content) en hoe zij in hun gezin media gebruiken (context) om zo te reflecteren op de keuzes die ze maken en wat zij hun kinderen in de*



*mediaopvoeding willen meegeven.”*

Tijdens en naar aanleiding van deze expertsessie zijn er twee eerste modellen ontwikkeld door de experts. Beide modellen bevatten vijf tot zes basisprincipes (open hoofdvragen of processtappen) voor ouders waarmee ze hun huidige opvoeden rondom media kunnen overdenken en reflectie hierover op gang kunnen brengen. Denk hierbij aan eigen voorbeeldgedrag, nieuwsgierigheid naar gebruik van media door je kind, een persoonlijke visie op mediagebruik, uitwisseling met je kind en het vinden en delen van kennis. Onder deze basisprincipes detailleerden de experts hun vragen of stappen en hingen ze concrete tips en relevante kennisbronnen.

### **Denktank van professionals**

Hierop volgend was er een co-reflectieve sessie met zestien uitvoerende mediaopvoeding professionals uit verschillende sectoren zoals: onderwijs, media, universiteit, pedagogie, bibliotheek, communicatie, marketing, spelen, coaching en cultuur. Door middel van een carrousel opstelling zijn er drie modellen geëvalueerd: twee gebaseerd op de uitkomsten van de expertsessie en een derde werd ontwikkeld gebaseerd op een combinatie van de input van de experts en de Toolbox Mediaopvoeding. De professionals concludeerden met elkaar dat dit laatste model - met vijf concrete basisprincipes en bijbehorende tips voor mediaopvoeding - het beste in de vraag en behoeften van ouders voorziet. De professionals hebben tijdens deze sessie de vijf principes wel aangescherpt en over de volgorde gediscussieerd. Naar aanleiding hiervan is het model aangepast.

**Remco Pijpers, Kennisnet (Drs.):** *“De tips moeten scherp zijn. Die scherpste krijg je als je op de tip een toelichting geeft. ‘Een goed voorbeeld doet goed volgen. Wees een rolmodel’. En dan iets als: ‘laat zien dat je de smartphone kunt laten liggen..’ ”*

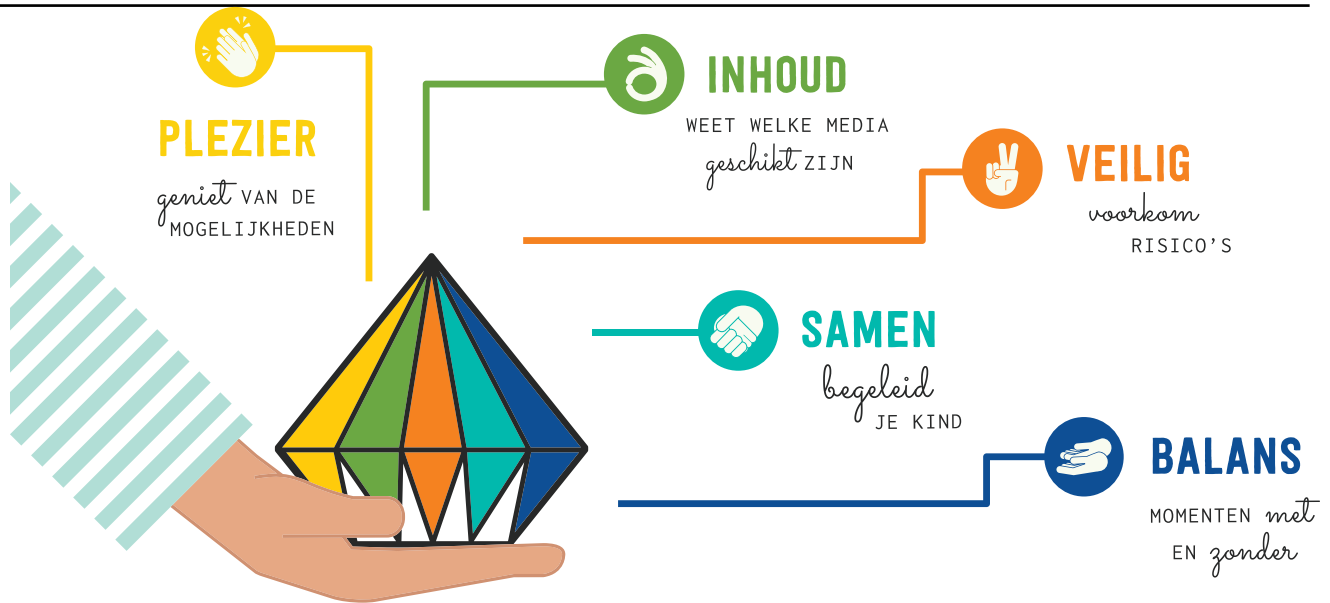
**Peter Nikken (Hoogleraar Mediaopvoeding Erasmus Universiteit Rotterdam, Lector Jeugd en media hogeschool Windesheim):** *“Jonge kinderen gebruiken media graag voor filmpjes kijken. Dat is ontspannend en best wel oké voor de ontwikkeling, zolang het met mate gebeurt en ze filmpjes kijken die passen bij de leeftijd. Sommige games en apps zijn ook leuk en kunnen ook stimulerend zijn om te ontdekken. Het is wenselijk dat ouders daar goede informatie over kunnen vinden.”*



Daarna is het model in aangepaste vorm weer langs het expertpanel gegaan voor feedback. De experts gaven vervolgens aan de vijf concrete basisprincipes “kort, krachtig en herkenbaar” te vinden. Daarnaast zou de volgorde idealiter afwisselend positief, neutraal, en sturend/waarschuwend moeten zijn: echter “de ronde (‘taart/pizza’) vorm maakt dat de volgorde er minder toe doet”. Ook de inhoudelijke concrete tips konden scherper: “meer concreet, constructief en eenduidig”. En het zou gewaardeerd worden als de tips “helder zijn/worden per leeftijdsgroep”.

### **Feedback ouders**

Het model met vijf basisprincipes is voorgelegd aan vaders en moeder van kinderen in verschillende leeftijden, met een cultureel en sociaal-economisch diverse achtergrond. Ouders bleken veel vragen te hebben, bijvoorbeeld over hoe je op de hoogte blijft van nieuwe mediaontwikkelingen, de veiligheid van je kind, wat kinderen via media allemaal te zien krijgen en hoe je ze hiervoor af kunt schermen, hoe je met je kind praat over media en wat je eigen voorbeeldgedrag zou moeten zijn. Ouders waren positief over het model. De vijf kanten waren herkenbaar (“de meeste dingen weet je wel, maar het is toch goed om je er weer bewust van te zijn”), duidelijk en concreet. Ouders gaven aan niet goed bekend te zijn met waar je goede informatie en tips over mediaopvoeding en geschikte media voor je kind kunt vinden. De meeste landelijke websites over media en mediaopvoeding waren hen onbekend.



## De MediaDiamant

Het model voor mediaopvoeding van Mediawijzer.net baseert zich op de Toolbox Mediaopvoeding en de inzichten uit het co-design traject dat we met het expertpanel, de denktank van professionals en ouders doorliepen. Het model beoogt dat ouders en professionals media op een actieve en natuurlijke manier integreren in de opvoeding, met een focus op de kansen die media kunnen bieden. Het model zorgt voor een bewuste houding rondom mediaopvoeding, geeft concrete handelingstips en de bijbehorende kennis en informatie. Het definitieve model is daarom met opzet gelaagd: van vijf eenvoudige principes om op te reflecteren naar diepgaandere, concrete handelingstips en kennisbronnen.

De MediaDiamant nodigt ouders en professionals in haar eerste laag uit om tijdens het mediaopvoeden aandacht te hebben voor zowel het **plezier**, de **veiligheid**, het **samen** doen, een goede **inhoud** en de juiste **balans**. Het model vangt zo de essentie van waar mediaopvoeding over zou moeten gaan en is hiermee compact en laagdrempelig. Ouders en professionals die meer willen weten over een laag kunnen desgewenst dieper het model ingaan. In een tweede laag worden de principes kort toegelicht. Vervolgens worden in een derde laag praktische tips en relevante informatie gegeven over hoe deze basisprincipes toe te passen. Dit wordt op zo'n manier gedaan dat de tips en informatie van toepassing zijn op ouders van kinderen in alle leeftijden. Een vierde – leeftijdsgebonden – laag zal nog worden toegevoegd aan het huidige model. Daarbij worden ouders ook doorverwezen naar verdere, verdiepende informatie over



mediaopvoeding, zoals de tipsheets uit de Toolbox Mediaopvoeding.

**Quote Denise Bontje (Drs.), onderwijsadviseur Sardes:** *“Net als de anderen vind ik het belangrijk om de tips af te stemmen op de leeftijd van kinderen, en dat de aanbevelingen concreet en helder moeten zijn.”*

Dankzij de vormgeving van het model is een exacte prioritering/volgorde van de vijf principes niet nodig. Wel worden sturende en minder sturende tips met elkaar afgewisseld: afwisselend positief, neutraal en meer sturend. Het model is interactief in te zetten en te gebruiken dankzij haar gelaagdheid: er is verdiepende informatie te vinden en er kan bijvoorbeeld worden gelinkt aan de Toolbox Mediaopvoeding van het NJi of andere relevante kennisbronnen.



### PLEZIER

*Genieten van de mogelijkheden die media bieden*



### Veilig

*Voorkomen van zoveel mogelijk risico's*



### SAMEN

*Begeleiden van je kind*



### INHOUD

*Weten welke media geschikt zijn*



### BALANS

*Kiezen van je momenten met of zonder media*

## Vijf kanten van de MediaDiamant

Hieronder staat een toelichting op de vijf kanten van de MediaDiamant: plezier, veiligheid, samen, inhoud en balans. Deze zijn aan elkaar gerelateerd en kunnen overlappen. Vanuit goede afspraken over veiligheid en een juiste balans - kunnen ouders en kinderen vooral plezier beleven aan media, er samen mee bezig zijn en gebruikmaken van leuke, goede en leerzame inhoud. De vijf kanten helpen bij het



**ontwikkelen van gezonde mediagewoontes van kleins af aan. Dit alles begint met de visie en houding van ouders op media.**



## PLEZIER

**De focus in mediaopvoeding verschuift steeds meer van het controleren en begrenzen van mediagebruik, naar 'wat' kinderen met media doen en de positieve mogelijkheden die dit hen biedt: het genieten, ontspannen, leren, en contact onderhouden en maken. 95 procent van ouders laat hun kind digitale media gebruiken vanwege het plezier, 72 procent vanwege het leerzame aspect. 9 op de 10 kinderen gebruiken dagelijks digitale media in hun vrije tijd. (GGD Kennemerland, 2016). Media zijn overal en het onderscheid tussen de online en offline wereld is nauwelijks nog te maken (Ipsos Mori & Vodafone, 2017). Media buiten de deur houden kan niet meer, maar dit zou ook een gemiste kans zijn.**

### Sociaal Contact

Via media onderhouden en gaan kinderen en jongeren relaties met elkaar en anderen aan. In apps, games en via sociale media ontmoeten ze elkaar, spelen ze samen, leren ze met elkaar om te gaan en leren ze van elkaar. Ze doen aan vriendschapsvorming, leren zich te uiten (identiteit) en te experimenteren met zichzelf presenteren. Eenmaal in de puberleeftijd zoeken jongens vooral contact door te gamen, en meisjes meer via sociale media (Geelen & Prins, 2016). De smartphone is hierbij hun toegangspoort tot een eigen online wereld.

Media worden ook ingezet om het contact met familieleden te onderhouden en te versterken. Door te facetimen of skypen kun je contact onderhouden met opa's en oma's, ooms en tantes, neefjes en nichtjes, ook al wonen ze aan de andere kant van de wereld. Het samen kijken naar een sportwedstrijd of talentenjacht kan naast elkaar op de bank, maar ook via het zogenaamde tweede venster, verbonden via sociale media. Waarbij er bijvoorbeeld via WhatsApp en Snapchat wordt gepraat en gedeeld over tv-kijken, of vrienden elkaar in een trailer taggen via Facebook. 87 procent van de jongeren gebruikt meerdere applicaties tegelijk: vooral instant messenger, YouTube, en sociale netwerken



worden naast andere activiteiten gebruikt (IVO, 2011). Media, denk bijvoorbeeld aan soapseries, informeren jongeren ook over hoe vriendschappen en relaties werken, en wat er bij verliefdheid en seks komt kijken. Door zich te identificeren met goede en slechte figuren in de media, bouwen kinderen een eigen moraal op en een beeld van hoe het hoort (NJi, 2015).

### Vaardigheden ontwikkelen

Naast het consumeren van media, gebruiken kinderen en jongeren media ook creatief. Ze uiten zichzelf via apps, websites, door te vloggen, te bloggen en zelf filmpjes te maken. Dit stimuleert niet alleen spel en fantasie, maar helpt ze al experimenterend om hun eigen identiteit te vinden en het bevordert hun zelfvertrouwen. Via media kunnen ze ook meer leren over hun hobby's of interesses. Bijvoorbeeld hoe je gitaar moet spelen, hoe je make-up kunt gebruiken en bepaalde dansmoves het beste kunt doen.

Media kunnen ook het maken van huiswerk aantrekkelijker maken of schoolopdrachten vergemakkelijken. Zo dragen media op allerlei manieren bij aan de te ontwikkelen vaardigheden die kinderen op school en daarbuiten kunnen inzetten. Met interactieve media leren kinderen taal en vergroten ze hun woordenschat (Radesky et al., 2015). Door het kijken naar series en films, leren kinderen ook de Engelse taal. Korte en snelle spelletjes stimuleren de informatieverwerking. En het spelen van games helpt om de oog-handcoördinatie te verfijnen. (NJi, 2015).

## PLEZIER

*Genieten van de mogelijkheden die media bieden*

Aan media kun je op heel veel verschillende manieren plezier beleven. Ouders en kinderen kunnen genieten van leuke en leerzame inhoud, creatief zijn met media en media gebruiken om contact te hebben met anderen en elkaar.

- Laat je kind media gebruiken om te ontspannen en plezier te hebben.
- Gebruik media om met elkaar in contact te blijven, bijvoorbeeld via Skype en WhatsApp.
- Stimuleer je kind om media te gebruiken om creativiteit, muzikaliteit of andere talenten verder te ontwikkelen.



### Meer lezen?

- » Vanzelf Mediawijs? Een verkennend onderzoek naar mediagebruik jongeren
- » Monitor internet en jongeren: pesten op internet en het psychosociale welbevinden van jongeren
- » Facebook & WhatsApp veruit meest gebruikte sociale media gevolgd door Skype, Instagram en SMS
- » Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown (Engels)



## VEILIGHEID

**Om optimaal te kunnen genieten van de voordelen van media is het belangrijk de risico's zoveel mogelijk in te zien en te voorkomen. Waar veiligheid bij media vroeger veel om technische veiligheid ging - denk aan het kiezen van een sterk wachtwoord of het installeren van een virusscanner - gaat het tegenwoordig ook over sociale veiligheid. Niet alleen pesten, maar ook sexting maken dat jongeren en kinderen onveilig kunnen zijn door toedoen van mediagebruik (*KlikSAFE, 2017*).**

Het voorkomen van risico's begint met weten wat je aan media in huis haalt en met een democratische mediaopvoedstijl: meekijken en weten wat je kind met media doet, er samen over praten en uitleg geven, duidelijke afspraken maken waar ouders en kinderen zich allebei aan houden, en ingrijpen wanneer het mis dreigt te gaan en je kind handvatten te geven wat hij of zij dan kan doen.

Bij jonge kinderen kunnen ouders sturen op veiligheid door het instellen van filters en door mee te kijken. Het eerste scherm van jonge kinderen is vaak de telefoon of tablet van de ouders. Het is dus belangrijk dat ouders bedenken wat daarop geïnstalleerd en te zien is, zodat kinderen niet per ongeluk op ongeschikte zaken stuiten. Filters of speciale kinderbrowsers helpen voorkomen dat een kind ongeschikte media tegenkomt. Ook kunnen ouders met hun kind afspreken dat de browsergeschiedenis niet wordt gewist, zodat ouders kunnen meekijken met het online gedrag.





Vanaf de basisschoolleeftijd gebruiken kinderen media steeds vaker zelfstandig en met leeftijdsgenootjes, bijvoorbeeld voor schoolwerk en spelletjes. Driekwart van de kinderen tussen de 9 en 12 jaar heeft al een eigen mobiele telefoon (*Jeugdjournaal, 2016*). De gemiddelde leeftijd waarop kinderen gaan deelnemen aan sociale media ligt rond de 10 jaar (*Weghorst, 2015*). Kinderen gebruiken vooral veel WhatsApp, namelijk 89 procent. Daarnaast worden Facebook (75 procent), YouTube (72 procent), Instagram (52 procent) en Snapchat (37,4 procent) veel gebruikt (*DVJ Insights, 2016*).

Bij het eerste mobieltje is het verstandig dat ouders nadenken over of hier wel of geen sociale media op gebruikt mogen en kunnen worden. Het samen praten over wat kinderen met media zien en waar ze zorgen over hebben, staat vanaf de basisschoolleeftijd centraal. Een ruime meerderheid (57 procent) van de ouders met kinderen tussen de 8 en 12 jaar zegt precies te weten wat hun kind doet op sociale media. Bij kinderen tussen de 13 en 15 jaar is dat 26 procent en bij kinderen van 16 en 17 jaar is het nog maar 14 procent. Ook hebben ouders van kinderen van 8-12 jaar vaak alle wachtwoorden van de sociale media-accounts, maar dit neemt af zodra het kind ouder wordt (*DVJ Insights, 2016*).

Het is belangrijk dat ouders hun kind goed begeleiden bij deze toenemende zelfstandigheid. Afspraken over veilig online gedrag gaan bijvoorbeeld over het privé houden van gegevens en foto's en het selectief zijn bij het accepteren van 'vrienden'. Voor jongeren (12+) zijn de dagelijkse opvoeders zoals hun ouders (77,2 procent) of leerkrachten (47 procent) hun belangrijkste informatiebron als het gaat om online risico's (*Kliksafe, 2017*). Het is goed als dagelijkse opvoeders beseffen dat zij een rolmodel zijn en wanneer zij over de juiste informatie beschikken om jongeren te kunnen ondersteunen, met behoud van de nodige privacy van de jongere.

Er zijn vijf belangrijke thema's waar kinderen en jongeren op het internet last van kunnen hebben (*NJi, 2015*):

- *Grooming, online misbruik*
- *Cyberpesten*
- *Sexting*



- *Oplichting, virtuele diefstal en financiële valkuilen*
- *Geweld*

## Grooming

Grooming is het online lokken van kinderen, met seksuele bedoelingen. Online kunnen kinderen op allerlei manieren in contact komen met mensen die ze niet goed kennen. Bijvoorbeeld via de chatfunctie van een game of via sociale netwerksites. De risico's hiervan kunnen ze lang niet altijd overzien. Een groomer legt via internet contact met een kind en wint het vertrouwen, met de intentie om het kind te ontmoeten en seksueel misbruik te plegen of kinderpornografische afbeeldingen te produceren. Uit cijfers van de politie (*www.politie.nl, 2012*) blijkt dat grooming in Nederland geregeld voorkomt. Eenderde van de Nederlandse kinderen tussen de 9-16 jaar oud chat wel eens met een onbekende. Van hen spreekt 6 procent vervolgens daadwerkelijk af. In ongeveer 1 procent van de gevallen gaat het hierbij om grooming. In absolute aantallen gebeurt grooming hiermee vele keren per jaar en dit zijn dan alleen de gevallen die bij de politie bekend zijn. Wanneer ouders van 12-16 jarigen direct gevraagd wordt hoe vaak zij te maken hebben gehad met grooming, is het percentage 27% (*Digibewust, 2014*).

## Cyberpesten

Cyberpesten is pesten via internet of sociale media. Denk aan een gemeen bericht sturen, een ander belachelijk maken of uitschelden via sociale media, het expres versturen van een virus, of het delen van foto's of filmpjes van de ander op internet. Maar het kan ook verder gaan door stiekem een mobieltje te 'lenen' en foto's daarvan te verspreiden of iemands telefoonnummer op een 'foute' site te plaatsen en een oproep te doen. Beschermd door anonimiteit gaat cyberpesten veel verder dan gewoon pesten en is het extra bedreigend. Omdat het online gebeurt, bereiken boodschappen in een snel tempo een heleboel mensen. Bovendien zijn die boodschappen voor altijd en overal te lezen en wordt cyberpesten door jongeren genoemd als de vervelendste online gedraging (*KlikSAFE, 2017*). Bijna 8 procent van de jongeren wordt op het internet gepest, van de jongeren van 15 tot 18 jaar had ruim 11 procent in 2014 last van cyberpesten. Tweederde van de slachtoffers van 15 tot 25 jaar kent de dader. De meest voorkomende vorm van cyberpesten bij jongeren tot 18 jaar is laster: het plaatsen van kwetsende



teksten of het verspreiden van foto's, filmpjes of roddels (CBS, 2014). Ouders zijn zich lang niet altijd van dit fenomeen bewust en vergeten vaak om dit onderwerp met hun kind te bespreken (Bolman en anderen, 2006).

### **Sexting**

Sexting is het verspreiden of delen van seksueel getinte teksten, foto's of filmpjes door middel van een mobiele telefoon of internetapplicaties zoals WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram en Twitter. *Shame sexting* is het zonder toestemming doorsturen van een intieme foto van een ander. *Sextortion* is afpersing met een seksueel getinte foto of video. Recent onderzoek (Kliksafe, 2017) laat zien dat sexting vooral populair is onder jongeren van 16-17 jaar: 14,5 procent van deze jongeren heeft wel eens een pikante foto van zichzelf gedeeld. 40 procent van hen heeft wel eens een verzoek gekregen. 25 procent heeft wel eens een foto van iemand anders ontvangen. Ondertussen zijn seks en sexting de minder besproken onderwerpen tussen ouders en jongeren: 93 procent van de ouders praat over online mediagebruik met hun kind(eren), 65,1 procent van de ouders praat specifiek over sexting (HvdM, 2017).

### **Oplichting, virtuele diefstal en financiële valkuilen**

In de virtuele wereld kunnen kinderen te maken krijgen met oplichting en diefstal: 15 procent van de kinderen is wel eens bestolen van online eigendommen in spelletjes (NJI, 2015). Via media krijgen kinderen continu, gevraagd en ongevraagd, dingen aangeboden. Denk aan reclamefilmpjes, banners en spelletjes van commerciële bedrijven die kinderen naar hun website proberen toe te leiden. Ongeveer een op de twintig kinderen heeft weleens meegemaakt dat een schijnbaar gratis dienst achteraf een abonnement bleek te zijn, of dat een aanbieder van een dienst niet deed wat hij beloofde (NJI, 2015). Kinderen hebben moeite om de commerciële aard van mediaberichten te herkennen, denk bijvoorbeeld aan vloggers die bepaalde producten aanprijzen. Ook zijn ze zich onbewust van de verschillende manieren waarop hun persoonlijke informatie van bijvoorbeeld sociale media-accounts worden gebruikt door adverteerders (Rozendaal, 2016). Het is belangrijk dat kinderen beschikken over goede kennis om intenties, commercie en advertenties te kunnen herkennen en te leren om hier bewust mee om te gaan.

### **Geweld**

Via media krijgen kinderen en jongeren op allerlei manieren geweld te zien, en zij kunnen



hier emotioneel en geschokt door raken. Dit geldt vooral voor jongere kinderen (6 jaar en jonger) omdat zij het onderscheid tussen feit en fictie nog niet goed kunnen maken, en kunnen denken dat het geweld hen ook kan overkomen. Bij het omgaan met geweld hebben ouders een belangrijke voorbeeldfunctie: wanneer zij minder tolerant zijn tegenover geweld, worden hun kinderen dit ook. En andersom: volwassenen die positief zijn tegenover geweld, stimuleren agressie bij hun kind. Het bespreekbaar maken van wat kinderen zien, is belangrijk. Gaat het om een fictieve film, dan helpt het benadrukken dat het niet echt is bij kinderen vanaf 9 jaar om zich hiervan los te maken. Agressief gedrag neemt hierdoor af. (NJI, 2015).

### Hulp vragen bij problemen

Wanneer er iets misgaat met media, vertellen jongeren (12-17 jaar) een vervelende online ervaring als eerste aan hun ouders: dit geldt voor 70 procent. Tegelijkertijd geeft 30 procent van de jongeren aan online ervaringen voor zichzelf te houden, uit angst dat hun ouders boos worden. 20 procent doet dit omdat ze ervan uitgaan dat "ouders het toch niet begrijpen" (Kliksafe, 2017). Hieruit kan afgeleid worden dat een neutrale, open houding en zelf goed op de hoogte blijven, voor ouders belangrijke aandachtspunten zijn om jongeren te kunnen blijven helpen. Een vertrouwenspersoon van school inlichten, wordt slechts door 1,3 procent van de jongeren genoemd.

## VEILIG

*Voorkomen van zoveel mogelijk risico's*

Via media krijgen kinderen van alles te zien en komen ze met anderen in contact. Daar kunnen ook dingen bij zitten die nog niet geschikt zijn voor hun leeftijd, of mensen met verkeerde bedoelingen. Filters, een goede begeleiding en duidelijke afspraken zorgen ervoor dat je kind media veilig kan gebruiken.

- Veilig mediagebruik begint met wat je aan media in huis haalt.
- Maak goede afspraken met elkaar. Kies bijvoorbeeld samen welke filmpjes en games je geschikt vindt en bespreek hoe je je online gedraagt.
- Grijp in als iets niet goed gaat en durf - waar nodig - advies te vragen aan professionals.



### Meer lezen?

- » Grootschalig onderzoek naar “de TwinQ van kinderen & jongere van nu”
- » Jongeren en online veiligheid - Over risicovol mediagebruik en de rol van ouders
- » Safer Internet Day 2017 over online mediagebruik en sexting in Nederland
- » Rapportage onderzoek Meldknop.nl - over internetgebruik en vervelende internet ervaringen



## SAMEN

**Het samen gebruiken van media draagt bij aan zowel plezier als veiligheid. Als ouders actief en bewust met media omgaan en aan hun kinderen uitleggen op welke manier er (in het gezin) met media wordt omgegaan, dan wordt het voor kinderen natuurlijk te vertellen wat ze meemaken in de online wereld. Daarmee houden ouders goed zicht op het online gedrag van hun kind. Bij jonge kinderen kijken ouders vaak goed mee met een filmpje of bij een app of game. Als kinderen een jaar of vier, vijf zijn vinden ouders het relatief moeilijk om tijd vrij te maken om samen een computerspelletje te spelen (*Mediawijzer.net, 2016*). Dit is een gemiste kans omdat het samen bezig zijn met mobiele en interactieve media een enorm potentieel heeft: ouders en kinderen kunnen via media ideeën opdoen voor het doen van gezamenlijke (offline) activiteiten en ouders krijgen ideeën over hoe je een kind iets kunt leren (bijvoorbeeld het voordoen van geluiden of het oefenen van letters en woorden) (*Radesky et al., 2015*).**

Vanaf de basisschool krijgen kinderen steeds meer een eigen mediabehoefte en gaan zij media vaker alleen gebruiken of met leeftijdsgenootjes. De begeleiding van ouders en het samen doen blijft echter belangrijk (*NJi, 2015*). Tot in de puberteit is de invloed van ouders op het mediagebruik van hun kind nog nadrukkelijk aanwezig (*Geelen & Prins, 2016*). Jongeren leren van hun ouders over hun sociale mediagebruik en over digitale aankopen. Belangrijk (wereld-)nieuws bereikt hen ook vooral via ouders en ze praten hier samen over. Lager opgeleide jongeren krijgen vaker uitleg van hun ouders over sociale media, dan hoger opgeleide jongeren (*Geelen & Prins, 2016*).



Om het gesprek tussen ouders en kinderen te stimuleren, zijn door Stichting Opvoeden.nl conversatiestarters ontwikkeld. Dit zijn stellingen, vragen en weetjes over media voor verschillende leeftijdsgroepen. De conversatiestarters laten ouders nadenken over de inhoud van de mediaproducten waar hun kind mee in aanraking komt (Content), over de manier waarop kinderen media gebruiken, waar en met wie (Context), en de aansluiting van mediaproducten bij hun eigen kind (Child). Ze zijn gebaseerd op de 3 C's van Lisa Guernsey: Content, Context en Your Child (*Screen time 2012*). Veel praten werkt aantoonbaar risicoverlagend. Hoe meer er thuis over mediagebruik wordt gepraat, hoe groter de kans dat jongeren hun wachtwoorden delen met hun ouders, kritisch omgaan met sociale media en vertellen dat ze een onbedoelde sexting-afbeelding hebben gekregen.

Het praten moet wel op de juiste manier gebeuren. Uit het onderzoek 'Jongeren en online-veiligheid' blijkt dat vragend, belangstellend en open communiceren en het voeren van wederzijdse gesprekken (samen afspraken maken) de grootste vermindering van risicovol gedrag geeft ("Wat doe je eigenlijk? Vertel eens...") en dat eenrichtingsverkeer (met opdrachten en preken) en onderhandelen ("Als jij dit doet, mag je dat") minder effectief zijn (*Kliksafe, 2017*).

Er is nog weinig onderzoek bekend over welke rol media spelen in familie en gezinsinteracties (*Radesky et al, 2015*). Wanneer media ervoor zorgen dat er minder verbale en non-verbale communicatie is tussen ouders en kinderen, is dit evenwel problematisch. In face to face contact leren kinderen belangrijke sociaal-emotionele maar ook taal en cognitieve vaardigheden. Zo leren kinderen in de offline wereld bijvoorbeeld dat mensen het ene kunnen zeggen, maar dat hun lichaamstaal vertelt dat ze iets anders bedoelen of voelen.

Het samen gebruiken van media gaat ook over het goede voorbeeld geven. Uit onderzoek blijkt dat ouders gemiddeld wel 3 uur per dag aan online media besteden. Veel ouders voelen zich dan ook schuldig als ze afgeleid worden door (sociale en werkgerelateerde) berichten op hun mobiele telefoon wanneer ze bij hun kinderen zijn (*Hiniker et al, 2015*). Ze weten hoe belangrijk hun voorbeeldfunctie is en dat ze in contact zijn met hun kind, en ervaren hierdoor een interne strijd. 76 procent probeert het eigen smartphonegebruik dan ook te minimaliseren (*Radesky et al. 2016*). Als oplossing proberen ouders ook



zichzelf grenzen te stellen, bijvoorbeeld door 'unplugged' momenten in te bouwen bij het avondeten of in de slaapkamer.

## **SAMEN**

### *Begeleiden van je kind*

Het samen met je kind bezig zijn met media zorgt voor plezier, maar ook voor veiligheid. Je houdt als ouder zicht op wat je kind te zien krijgt en hoe hij of zij dit ervaart. En voor je kind wordt het gewoon om media-ervaringen met jou als ouder te delen en erover te praten.

- Kijk mee en praat samen over het mediagebruik van je kind.
- Hoe jij media gebruikt is hét voorbeeld voor je kind, bijvoorbeeld geen mobieltjes aan de eettafel.
- Blijf nieuwsgierig naar wat je kind met media doet. Stel vragen als: wat is jouw favoriete filmpje op YouTube? Je mooiste plek in Minecraft? Vraag je kind om het uit te leggen en luister naar wat je kind vertelt.

### **Meer lezen?**

- » Onderzoek Iene Miene Media: Helpt jonge ouders wil 'Schijf van Vijf' voor mediaopvoeding
- » Vanzelf Mediawijs? Een verkennend onderzoek naar mediagebruik jongeren
- » The Three C's: Content, Context, and Your Child (Engels)
- » Jongeren en online veiligheid - Over risicovol mediagebruik en de rol van ouders
- » Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown (Engels)
- » Texting while Parenting: How Adults Use Mobile Phones while Caring for Children at the Playground (Engels)



## INHOUD

**Wanneer kinderen media gebruiken is het belangrijk dat de inhoud hiervan geschikt is. Dat betekent dat media passen bij de leeftijd en de ontwikkelingsfase van een kind en de juiste stimulans bieden. Mediaproducties die zijn afgestemd op de cognitieve en sociaal-emotionele vaardigheden van kinderen, kunnen een positief effect hebben op hun ontwikkeling (NJI, 2015). Een goede app bijvoorbeeld, kan de fantasie prikkelen, nieuwsgierig maken en aanzetten tot spel en naspelen (Pardoën, 2014). Wanneer kinderen daarentegen media krijgen voorgeschoteld waar ze nog te jong voor zijn, kan het hun geheugen overbelasten, kunnen kinderen verkeerde banden gaan leggen tussen informatie en een verdraaid beeld van de werkelijkheid ontwikkelen (NJI, 2015).**

Ouders weten op dit moment tips over goede media niet goed te vinden, terwijl ze hier wel behoefte aan hebben (GGD Kennemerland, 2016). Waar het gaat om het vinden van goede inhoud, vragen ouders zich bijvoorbeeld af hoe ze kunnen bepalen of een website, app of spelletje goed is voor hun kind (47 procent van de ouders in het Iene Miene Media onderzoek, 2016). Of hoe ze kunnen weten of en welke websites (on)geschikte inhoud voor hun kind hebben (45 procent van de ouders van 5-6 jarigen, 2016). Een groot deel van de ouders zou hierover graag advies krijgen van professionals, maar is niet op de hoogte van de mogelijkheden. Ook weten ouders de beschikbare en betrouwbare informatieve websites niet goed te vinden. Veel ouders zijn wel bekend met Kijkwijzer, die ouders waarschuwt tot welke leeftijd een televisieprogramma of film schadelijk kan zijn voor kinderen. En de PEGI-leeftijdsclassificaties, waarmee wordt aangegeven tot welke leeftijd een game ongeschikt kan zijn.

Naast weten welke media ongeschikt zijn, is het vooral belangrijk dat ouders zicht krijgen op welke media aansluiten bij de kennis en belangstelling van hun kind. Hierbij spelen leeftijd en de ontwikkelingsfase van een kind een belangrijke rol. Jonge kinderen hebben bijvoorbeeld een sterke voorkeur voor apps en spelletjes met veel beweging, kleur en geluid. Als ze nog niet kunnen lezen, mag een app geen geschreven tekst bevatten. En het is fijn als producties aansluiten op ervaringen van alledag, zodat kinderen herkennen wat ze zien. Vanaf de basisschool raken kinderen steeds meer geïnteresseerd in de wereld om hen heen en vinden ze het bijvoorbeeld leuk om via apps en games te leren





over andere kinderen en culturen, dieren en andere tijden. Het spelenderwijs oefenen van schoolse vaardigheden als taal en rekenen past ook bij deze leeftijd. Rond het einde van de basisschool/het begin van de puberteit willen kinderen via media leren over vriendschappen, verliefd zijn en relaties. Media ondersteunen hen bij het maken van huiswerk en opdrachten. En oudere kinderen kunnen door media bijvoorbeeld gestimuleerd worden om na te denken over politieke en sociale vraagstukken. (NJi, 2015). Bij het kiezen van geschikte media speelt daarnaast ook de aard van het kind zelf mee. Sommige kinderen laten zich bijvoorbeeld gemakkelijker beïnvloeden dan anderen, of zijn sneller angstig of onzeker.

Bij het zoeken en vinden van goede inhoud spelen uiteindelijk drie belangrijke criteria een rol: dat media aantrekkelijk, betrouwbaar en gebruiksvriendelijk zijn (*Mijn Kind Online website*). Aantrekkelijke media zorgen er bijvoorbeeld voor dat een kind wordt uitgenodigd om interactief aan een app of spel mee te doen (dingen aan te wijzen, te bouwen of op te lossen) en belonen de inzet van de speler. Betrouwbare media bieden een goede mix tussen plezier en wat je ervan kunt leren, bevatten geen reclame-uitingen en geven kinderen geen gelegenheid om geld uit te geven. En gebruiksvriendelijke media passen bij de vaardigheden van de doelgroep waarvoor ze bedoeld zijn; denk aan taalgebruik of motoriek. En ze geven bijvoorbeeld de optie om tussentijdse vorderingen op te slaan (*Mijn Kind Online website*).

Om zicht te hebben op de inhoud van media is het vooral belangrijk dat ouders op de hoogte blijven en media zelf blijven uitproberen. Bijvoorbeeld door lid te worden van een sociale mediaplatform, om te ontdekken hoe dit werkt. Ook al is het maar voor een dag. Meer te weten komen over media kan ook samen met je kind: al doende kan je kind vertellen hoe iets werkt en waarom hij of zij iets leuk of inspirerend vindt. Of door hier met andere ouders over te praten. Ouders die geen moeite hebben met digitale handelingen, blijken ook minder geneigd om vragen te hebben over kinderen en beeldschermmedia (*Mediawijzer.net, 2016*).



## INHOUD

*Weten welke media geschikt zijn*

Media ontwikkelen zich razendsnel. Iedere dag zijn er weer nieuwe apps, spelletjes of staan er andere filmpjes online. Het is belangrijk dat media aansluiten bij de belangstelling, de kennis en het ontwikkelniveau van je kind, er mooi en aantrekkelijk uitzien, en veilig en makkelijk te gebruiken zijn.

- Blijf op de hoogte en probeer alle (sociale) media uit. Word zelf lid om te ontdekken hoe het werkt, al is het maar voor één dag.
- Toets apps altijd op deze drie belangrijke criteria: aantrekkelijkheid, betrouwbaarheid en gebruiksvriendelijk.
- Gebruik betrouwbare websites met tips over goede media.

### Meer lezen?

- » Toolbox Mediaopvoeding: Media? Gewoon opvoeden!
- » Onderzoek digitale mediaopvoeding door ouders in Kennemerland
- » Hoe vind ik een geschikte app?
- » Onderzoek lene Miene Media: Helpt jonge ouders wil 'Schijf van Vijf' voor mediaopvoeding
- » White Paper Ukkies: hun brein en mediaopvoeding



## BALANS

**Ouders willen dolgraag weten wat een normale tijdsduur is voor kinderen en jongeren om met media bezig te zijn. Zij maken zich zorgen over te lang mediagebruik, het eindeloos vragen van kinderen om media en het zich vervelen en niets anders meer willen dan media. De hoeveelheid mediagebruik van kinderen per dag neemt ondertussen alsmaar toe (*Mediawijzer.net, 2016; Stichting Opvoeden.nl, 2014*). Hoewel dit veel ouders zorgen baart, laat een recent onderzoek - gedaan onder jongeren - zien dat een gemiddeld mediagebruik geen negatief effect heeft**



**op hun welzijn (Schlindwein, 2017). Voor de meeste jongeren pakt het bezig zijn met (sociale) media juist positief uit: ze krijgen meer zelfvertrouwen, raken bedrevener in het sluiten van vriendschappen en bestaande vriendschappen worden intiemmer. Bovendien nemen (sociale) media in hun leven niet een belangrijke plek in: uiteindelijk hebben ze liever face to face contact (Spatonline, 2016).**

Officiële richtlijnen voor hoeveel media kinderen mogen gebruiken zijn niet te geven. Hierin is ieder gezin, iedere ouder en ieder kind uniek. Bovendien zijn media overal: op school, in de wachtkamer, thuis... Daardoor is het lastig om zicht te houden op hoeveel tijd kinderen hieraan besteden. Het maakt ook uit welke media er gebruikt worden en hoe: het samen met een vriendje maken van een StopMotion filmpje in de achtertuin geeft een andere dynamiek dan in je eentje naar een filmpje staren. Wanneer het gaat om de juiste balans is het belangrijk dat ouders hierop een eigen visie ontwikkelen en eigen lijnen trekken die passen bij het ritme van het gezinsleven (Nikken, uit: Parool, 2015).

Een belangrijk uitgangspunt is dat media één van de, maar niet de enige activiteit vormen waar kinderen zich op een dag mee bezig houden. Interactieve media werken goed bij het aanleren van concrete kennis ('skills and drills'), maar andere vaardigheden zoals zelfregulatie, empathie, sociale vaardigheden en probleemoplossende vaardigheden leren kinderen vooral in de natuurlijke omgeving, in interacties met leeftijdgenootjes en opvoeders en door het spelen op een ongestructureerde en creatieve manier. Het is belangrijk dat media niet in de plaats komen van activiteiten als tekenen, een boek lezen of buitenspelen. Fysieke activiteiten zoals klimmen, rennen, vallen en ruimtelijke dingen bouwen met LEGO, stimuleren de visueel-motorische vaardigheden van kinderen en leggen onder andere de basis voor later succes in wiskunde en de wetenschap (Radeksy et al., 2015).

Opvoeders kunnen zich ook zorgen maken over de gezondheidsrisico's die mediagebruik met zich mee kan brengen. Denk bijvoorbeeld aan:

- *Risico's op overgewicht.*
- *Slaapproblemen.*
- *Gezondheidsklachten door straling van een mobiele telefoon.*



- *Lichaamshouding: een rugvergroeiing doordat kinderen teveel over een tablet of telefoon heen gebogen zitten.*

## **Overgewicht**

Overgewicht komt ook in Nederland steeds vaker voor: het aantal volwassenen met overgewicht is de afgelopen 30 jaar verdubbeld (CBS, 2012) en ook het aantal kinderen tussen de 4 en 16 jaar met overgewicht neemt nog steeds gestaag toe (CBS, 2015). Het landelijke advies is dat kinderen dagelijks in ieder geval een uur matig tot intensief bewegen (Nederlands Instituut Sport en Bewegen). Op het moment dat kinderen met media bezig zijn, bewegen zij zich niet of nauwelijks. Het is dan ook belangrijk om mediagebruik af te wisselen met actief bewegen en naar buiten gaan.

Overgewicht, maar ook een hoog cholesterol of zelfs diabetes, kan ook ontstaan door de combinatie van mediagebruik en eten. Tijdens het kijken naar de televisie of een ander scherm, eten kinderen al snel ongezonde snacks zoals chips, koekjes en snoepjes, met meer suikers en en vetten. Ook voelen kinderen niet aan wanneer ze verzadigd zijn, omdat ze op het scherm letten. Wanneer er op het scherm voedselreclames voorbij komen, stimuleren deze je om meer te eten van vaak ongezonde dingen (Lumeng et al, 2015).

## **Slaapproblemen**

Beeldschermgebruik vlak voor het slapen gaan is ongunstig. Het blauwe licht van de telefoon of tablet verstoort de melatoninehuishouding en de prikkels van een spannend filmpje of een game houden het kind actief. Hierdoor vinden kinderen niet de rust om te gaan slapen (Eindhovens Dagblad, 2016). Ook is er het risico op slaapproblemen door 'verslaving' aan media: games, sociale media etc. Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2015) stelt dat 17 procent van de jongeren tussen 12 en 18 jaar zich verslaafd noemt aan sociale media. Het percentage internetverslaving bleef op hetzelfde niveau tussen 2006 en 2010: gemiddeld zo'n 3,7 procent van alle jongeren (IVO, 2011).

## **Gezondheidsklachten door straling**

Er zijn op dit moment geen onderzoeksresultaten die eenduidig bevestigen dat de straling van een mobiele telefoon tijdens het bellen en wifi-straling een negatief effect hebben op de gezondheid van een kind (Nji, 2015). Tegelijkertijd is ook niet bewezen dat het volkomen onschadelijk is, met name bij kinderen. Kinderen lopen namelijk het meeste



potentiële risico omdat ze nog in de groei zijn. Op dit moment wordt opvoeders en kinderen daarom geadviseerd om het zekere voor het onzekere te nemen. Bijvoorbeeld door de mobiele telefoon niet dicht op het lijf te dragen, er niet naast te slapen en gesprekken kort te houden of in plaats daarvan te appen of pingen omdat je de telefoon dan minder dicht bij je hoofd houdt (*Ouders Online, 2011*).

### **Lichaamshouding: Een rugvergroeiing doordat kinderen teveel over een tablet of telefoon gebogen zitten**

Artsen waarschuwen dat wanneer een kind in de groei vaak voorovergebogen zit, er veel druk op zijn rug ontstaat, waardoor deze krom kan groeien of steeds stijver wordt. Volgens de officiële cijfers meldde in 2003 nog één op de vijf kinderen tussen de 8 en 18 jaar zich met rugklachten bij de huisarts; in 2011 was dit al meer dan één op de drie (*JM Ouders*). Een manier om kromgroei tegen te gaan en tegelijkertijd de rugspieren te versterken, is liggend op de buik apparaten te gebruiken; rechtop aan tafel zitten met de voeten op een stevige ondergrond helpt ook. (*NJi, 2015*).

## **BALANS**

### *Kiezen van je momenten met of zonder media*

Veel ouders willen dolgraag weten hoeveel tijd een kind dagelijks aan media mag besteden en waar de grens ligt. Hier zijn alleen geen officiële richtlijnen voor te geven: ieder gezin, ieder kind en iedere situatie is hierbij uniek. Het is vooral belangrijk dat media één van de, maar niet de enige activiteit vormen waar je kind zich op een dag mee bezig houdt.

- Zorg dat je kind niet alleen bezig is met media. Contact met anderen, buitenspelen, sporten, slapen en dingen ontdekken in het 'echte leven' zijn belangrijk voor zijn/haar ontwikkeling.
- Maak goede afspraken over wanneer jullie even geen media gebruiken. Bijvoorbeeld tijdens huiswerk, op de slaapkamer of aan de eettafel.
- Laat je kind vlak voor het naar bed gaan geen gebruik maken van (digitale) media. Ze krijgen dan te veel prikkels en indrukken om te verwerken, en het blauwe licht van het beeldscherm verstoort het kunnen inslapen.



### Meer lezen?

- » 'Sociale media verslaving: actuele jongerenverslaving of pure mediaheisa?'
- » Weg met het schuldgevoel
- » Slapen met de smartphone leidt tot ernstige slaapstoornissen
- » Gevolgen van opgroeien in een digitale wereld: Gameboy-rug

## Conclusie en Aanbevelingen

In dit document legden we uit hoe de MediaDiamant tot stand is gekomen. Het model biedt ouders en opvoeders (en professionals) inzicht in mediaopvoeding, concrete handelingstips en kennis. Het definitieve model is met opzet gelaagd: van vijf eenvoudige principes om op te reflecteren naar diepergaandere, concrete handelingstips en relevante kennisbronnen. De MediaDiamant is bedoeld als solide handvat, anker of grondslag voor het netwerk van Mediawijzer.net om op door te ontwikkelen of verder te bouwen. Innovatie-experts en (programma)ontwikkelaars kunnen zich dan ook door het model en het kader laten inspireren en ouders (en professionals) aanjagen om actief en bewust met media om te gaan in de opvoeding. Dit alles om gezonde mediagewoontes van kleins af aan te ontwikkelen.

**Netwerkpartners en opvoedprofessionals zijn vrij om de MediaDiamant te delen, verder uit te bouwen en/of deze door te ontwikkelen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan:**

- Het gebruik ter ondersteuning van eigen activiteiten
- Het delen via je eigen kanalen
- Het wijzen van ouders op [mediawijzheid.nl/MediaDiamant](http://mediawijzheid.nl/MediaDiamant), bijvoorbeeld via een ouder- of informatieavond
- Ter inspiratie bij het ontwikkelen van producten en diensten rondom mediaopvoeding (brochures, programma's voor ouderavonden etc.)
- Het inzichtelijk maken van beschikbare kennis ter ondersteuning bij mediaopvoeding
- Het ontwikkelen van eenvoudige meetinstrumenten rondom mediaopvoeding
- Het maken van conversatiestarters waarmee ouders het gesprek met hun kind over media op gang kunnen brengen



## Toekomstige doorontwikkelingen

### Uitwerking van de tips per leeftijdsgroep

Het mediagebruik van kinderen ontwikkelt zich met leeftijd. Deze verschuiving in mediagebruik maakt dat ouders aanvullend baat kunnen hebben bij leeftijdsspecifieke tips. Mediawijzer.net biedt op korte termijn een verdere uitwerking van het model in vier leeftijdsgroepen: 0-6 jaar, 6-9 jaar, 9-12 jaar en 13-18 jaar.

### Bijbehorende kennis en bronnen

Om de tips tot uitvoer te kunnen brengen, hebben ouders ook kennis en bronnen nodig. Denk aan relevante websites, literatuur, et cetera. Ditzelfde geldt ook voor professionals: om de tips aan de ouders over te kunnen brengen, moeten zij zich ook kunnen beroepen op gedegen kennis en achtergronden. Mediawijzer.net zal actuele en relevante kennisbronnen aan het model toewijzen en blijven koppelen.

Kortom, het model laat nog allerlei mogelijkheden zien voor een verdere uitwerking naar de opvoedpraktijk van ouders en de ondersteuning door professionals.

## Bronnen

### Literatuur

- Bolman, C., Dehue, F. & Völlink, T. (2006). *Cyberpesten: Big Deal?!* Open Universiteit: Heerlen.
- van Dam, H. (2014). *Web, Wijsheid, Wetenschap – Het www van mediaopvoeding. Adviesrapport mediaopvoeding.* Lectoraat nieuwe media: Leiden.
- van Deursen & Van Dijk (2012). *Tendrapport internetgebruik.* Een Nederlands en Europees perspectief. Universiteit Twente.
- Digibewust (2014). *Onderzoek rapportage Meldknop.nl.*
- van den Eijnden, R., Vermulst, A., van Rooy, T., Meerkerk, G. (2006). *Monitor Internet en Jongeren 2006-2010: Pesten op Internet en het Psychosociale Welbevinden van Jongeren.* IVO: Rotterdam.
- Geelen, S. & Prins, M. (2016). *Vanzelf Mediawijs? Onderzoek in opdracht van Mediawijzer.net:* Hilversum.
- Guernsey, L. (2012). *Screen time: How electronic media—from baby videos to educational software—affects your young child.* Basic Books.
- Hiniker, A., Sobel, K., Suh, H., Sung, Y. C., Lee, C. P., & Kientz, J. A. (2015). *Texting*



*while parenting: How adults use mobile phones while caring for children at the playground.* In Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems (pp. 727-736). ACM.

- HvdM (2017). *Safer Internet Day. Sexting onderzocht.* Haarlem/ Groningen.
- Ipsos Mori (2017). *Safer Internet Day. Onderzoek in opdracht van Vodafone.* Ipsos Mori: London.
- Kliksafe (2017). *Jongeren en online veiligheid.* Over risicovol mediagebruik en de rol van ouders. Kliksafe: Nunspeet.
- Kramer, D. & Mérelle, S. (2016). *Mediaopvoeding door ouders in Kennemerland.* Onderzoek in opdracht van GGD Kennemerland.
- Lumeng, J.C., Taveras, E.M., Birch, L., Yanovski, S.Z. (2015). *Prevention of obesity in infancy and early childhood: a National Institutes of Health workshop.* JAMA Pediatr. 2015 May; 169(5):484-90. PMID: 25775180.
- Mediawijzer.net, Nederlands Jeugdinstituut & Sardes (2014). *Media in de kinderopvang – een onderzoek naar media en beleid in de kinderopvang.*
- Mediawijzer.net (2012). *Mediawijsheid competentiemodel.* Mediawijzer.net: Hilversum.
- Mediawijzer.net (2014). *Iene Miene Media.* Mediawijzer.net: Hilversum.
- Mediawijzer.net (2015). *Iene Miene Media.* Mediawijzer.net: Hilversum.
- Mediawijzer.net (2016). *Iene Miene Media.* Mediawijzer.net: Hilversum.
- Mediawijzer.net (2017). *Iene Miene Media.* Mediawijzer.net: Hilversum.
- Nederlands Jeugdinstituut (2015). *Toolbox Mediaopvoeding: Media? Gewoon opvoeden!* Nederlands Jeugdinstituut (NJI): Utrecht.
- Nikken, P. & Markx, I. (2014). *Opvoeden met media.* Een verkennend onderzoek naar 'lastige' opvoedsituaties en het gebruik van opvoedingsondersteuning bij ouders van kinderen van 0 tot en met 12 jaar. Nederlands Jeugdinstituut (NJI): Utrecht.
- Pardoën, J. (2014). *Ukkies: hun brein en mediaopvoeding* (white paper).
- Raad voor Cultuur (2005). *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap.* Raad voor Cultuur: Den Haag.
- Radesky, J. S., Schumacher, J., & Zuckerman, B. (2015). *Mobile and interactive media use by young children: the good, the bad, and the unknown.* Pediatrics, 135(1), 1-3.
- Radesky, J. S., Kistin, C., Eisenberg, S., Gross, J., Block, G., Zuckerman, B., & Silverstein, M. (2016). *Parent perspectives on their mobile technology use: the*





*excitement and exhaustion of parenting while connected.* Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics, 37(9), 694-701.

- van Rooij, A.J., Schoenmakers, T.M., van de Mheen, D. (2011). *Monitor Internet en Jongeren 2006-2010: Nederlandse jongeren op internet: applicaties, (overmatig) gebruik en de relatie met middelengebruik.* IVO: Rotterdam.
- Rozendaal, E. (2016). *The development of a school-based intervention to empower children to cope with advertising.* Paper presented at the annual conference of the International Communication Association, Fukuoka, Japan.
- Schlindwein, L. (2017). *Moderate digital-screen use unrelated to lower mental well-being among teens.* From Bitescience:  
<http://www.bitescience.com/knowledgedatabase.aspx>
- Sleeboom, I. & Hermanns, J. (2014). *Behoeftte aan opvoedingsondersteuning en de rol van internet daarin: Ouders van pubers en jongvolwassenen aan het woord.* Vraaganalyse ten behoeve van de informatiebank over opvoeden, opgroeien en gezondheid van de Stichting Opvoeden.nl. H & S Consult: Woerden.
- Weghorst (2015). *De Twinq van kinderen en jongeren anno nu.* Twinq: Utrecht.
- Wubs, J. (2010). *Liefde en leiding. Vier verschillende opvoedstijlen.* In: Diekstra, R. & M. van Hintum. *Opvoedingscanon. Omdat over kinderen zoveel meer te weten valt.* Uitgeverij Bert Bakker: Amsterdam.

### Online bronnen / websites

- » [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)
- » <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/34/bijna-8-procent-van-de-jongeren-gepest-op-het-internet>
- » [www.oudersonline.nl](http://www.oudersonline.nl)
- » [www.stichtingopvoeden.nl](http://www.stichtingopvoeden.nl)
- » Parool 2015: Weg met het schuldgevoel
- » <http://www.zegwatjedoet.nl/pdf/gezond/5089.pdf>
- » Eindhovens Dagblad 2016: Slapen met de smartphone leidt tot ernstige slaapstoornissen <http://www.ed.nl/overig/slapen-met-de-smartphone-leidt-tot-ernstige-slaapstoornissen-video-ad0637b5/>



- » JM ouders: Gevolgen van opgroeien in een digitale wereld: Gameboy-rug <https://www.jmouders.nl/vrije-tijd/mediagebruik/digitaal-opvoeden/gevolgen-van-opgroeien-in-een-digitale-wereld-gameboy-rug>
- » Jeugdjournaal: Het grote mobieltjes onderzoek <http://jeugdjournaal.nl/artikel/2148366-het-grote-mobieltjes-onderzoek-van-het-jeugdjournaal.html>
- » [www.spatonline.nl](http://www.spatonline.nl): Sociale media verslaving: actuele jongerenverslaving of pure mediaheisa? <http://www.spatonline.nl/2016/11/sociale-media-verslaving-actuele-jongeren-verslaving-of-pure-mediaheisa/>
- » [www.spatonline.nl](http://www.spatonline.nl): Sociale media en kinderen onbeperkte toegang tot schadelijke content: <http://www.spatonline.nl/2016/06/sociale-media-en-kinderen-onbeperkte-toegang-tot-schadelijke-content/>
- » Vanzelf Mediawijs? Een verkennend onderzoek naar mediagebruik jongeren <https://www.mediawijzer.net/vanzelf-mediawijs-een-verkennend-onderzoek-naar-mediagebruik-jongeren/>
- » Facebook & WhatsApp veruit meest gebruikte sociale media gevolgd door Skype, Instagram en SMS: <http://www.twinq.nu/facebook-whatsapp-veruit-meest-gebruikte-social-media-gevolgd-skype-instagram-en-sms/>
- » Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown (Engels) <http://pediatrics.aappublications.org/content/135/1/1>
- » Grootschalig onderzoek naar “de TwinQ van kinderen & jongere van nu” <http://www.twinq.nu/grootschalig-onderzoek-naar-twinq-kinderen-jongere-nu/>
- » Factsheet Safer Internet Day 2017 over online mediagebruik en sexting in Nederland [https://veiliginternetten.nl/media/medialibrary/2017/02/Factsheet\\_-\\_onderzoek\\_Safer\\_Internet\\_Day\\_2017\\_-\\_Sexting\\_ondertocht.pdf](https://veiliginternetten.nl/media/medialibrary/2017/02/Factsheet_-_onderzoek_Safer_Internet_Day_2017_-_Sexting_ondertocht.pdf)
- » The Three C’s: Content, Context, and Your Child (Engels) [http://www.readingrockets.org/pdfs/2016\\_TCR\\_3Cs.pdf](http://www.readingrockets.org/pdfs/2016_TCR_3Cs.pdf)
- » Mobile and Interactive Media Use by Young Children: The Good, the Bad, and the Unknown (Engels) <http://pediatrics.aappublications.org/content/135/1/1>
- » Texting while Parenting: How Adults Use Mobile Phones while Caring for Children at the



Playground (Engels): <https://dub.washington.edu/djangosite/media/papers/Hiniker-Texting-CHI2015.pdf>

» Onderzoek digitale mediaopvoeding door ouders in Kennemerland: <http://www.ggdkenemerland.nl/onderzoek-digitale-mediaopvoeding-door-ouders-in-kennemerland.aspx>

» Hoe vind ik een geschikte app?: <http://mijnkindonline.nl/artikelen/hoe-vind-ik-een-geschikte-app>

» Ouders worstelen met het sociale mediagebruik van hun kinderen: <http://www.rtl-nieuws.nl/nieuws/binnenland/ouders-worstelen-met-socialmediagebruik-kinderen>