



MEDIANEST CIJFERS 2019

*Onderzoek in Vlaanderen
naar het mediagebruik en de mediawijsheid
van 0 tot 7 jarigen en hun ouders.*



INHOUD

DE MEDIANEST CIJFERS? WADISDA?	5
1. DEELNEMERS AAN HET ONDERZOEK	7
2. SCHERMTIJD! WAT, WAAR EN WANNEER?	11
3. WAT VINDEN ZE LEUK? WAT KUNNEN ZE GOED?	16
4. MEDIAOPVOEDEN: HOE MOET DAT EIGENLIJK?	23
5. VIJF TYPES OUDERS	32
WAT HEBBEN WE GELEERD?	38
CIJFERS	43
BRONNEN	56
COLOFON	57

MEDIAANEST CIJFERS 2019

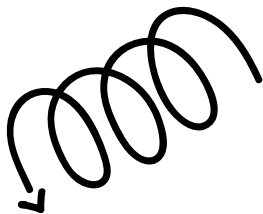
99, De medianest cijfers? WADISDa?

Oh, kids these days ... Ze kunnen bijna sneller googelen dan lopen, rapper chatten dan praten en vlotter gamen dan tekenen. Ouders staan ervan versteld hoe makkelijk hun kleine koters weg zijn met al die verschillende media, en ook bij Mediawijs kijken we vol verwondering toe. Het is een fenomeen dat het waard is om van dichterbij te bekijken. Precies daarom brengen we met de MediaNest Cijfers in 2019 voor de allereerste keer het mediagebruik en de mediawijsheid van 0 tot 7 jarigen in Vlaanderen in kaart.

Welke schermen gebruiken ze? Wat kunnen ze zelf al en waarvoor hebben ze nog een helpende hand nodig? Maar ook: hoe denken ouders hierover? Controleren ze het mediagebruik van hun kinderen? En waar liggen ze wakker van? We zochten en vonden heel wat antwoorden.

Bij onze noorderburen worden dergelijke antwoorden al sinds 2012 verzameld: het Iene Miene Mediaonderzoek, dat uitgaat van de Nederlandse organisatie Netwerk Mediawijsheid, geeft jaarlijks inkijk in het mediagebruik van de allerjongste Nederlanders. Maar in Vlaanderen zijn studies naar het gebruik van media bij baby's, kleuters en jonge kinderen voorlopig vrij beperkt. Onderzoek richt zich vooral op oudere leeftijdsgroepen: denk bijvoorbeeld aan ons eigen Apestaartjarenonderzoek, waarbij we enkel kinderen tussen 6 en 18 jaar onder de loep nemen.

De MediaNest Cijfers brengen daar nu verandering in. De resultaten schijnen alvast een beetje licht op wat eerder een zwart gat was, en vormen een springplank voor verder onderzoek naar dit thema.



ZO PAKTEN WE HET AAN

Cijfers zeggen veel, maar niet alles. Daarom verzamelden we de data voor dit onderzoek bewust op twee manieren. Allereerst lanceerden we in juni en juli 2019 een online enquête met 29 vragen, waarvan het grootste deel multiple choice. De doelgroep van deze enquête bestond uit Vlaamse ouders met kinderen tussen 0 en 7 jaar. Maar liefst 1019 ouders vulden deze vragenlijst in, waarbij 493 ingevulde enquêtes bruikbaar waren als steekproef: onvolledige vragenlijsten werden geweerd, net als de vragenlijsten van ouders met oudere kinderen.

Ouders konden aangeven of ze op de hoogte wilden blijven van het verdere verloop van het onderzoek. Uiteindelijk werden 10 gezinnen gecontacteerd voor een interview in september en oktober 2019, wat meer licht wierp op de cijfers en de manier waarop jonge kinderen thuis omgaan met media. En de vrucht van al die arbeid? Die doen we hier uit de doeken.

1. DEELNEMERS aan HET ONDERZOEK

Voor we beschrijven wat de cijfers ons vertelden, is het belangrijk om mee te geven wie ons dat vertelde. En daar hoort hier en daar een kleine kanttekening bij.

OPVALLEND: BIJNA ALLEMAAL VROUWEN

Een opmerkelijke 91% van alle ouders die de enquête invulden, was een vrouw. Ofwel: er zaten amper 42 mannen tussen alle 493 deelnemers. Daar kunnen meerdere verklaringen voor zijn. Mogelijk zijn moeders nog steeds meer betrokken bij de (media)opvoeding dan vaders of stellen ze zich meer vragen over het mediagebruik van hun kinderen. Maar het kan ook zijn dat het bereikte publiek simpelweg uit meer vrouwen dan mannen bestond. Alleszins heeft dit gevolgen voor de resultaten van het onderzoek: soms worden moeders en vaders vergeleken in hun opvattingen, maar zijn die conclusies niet met zekerheid representatief voor alle ouders in Vlaanderen. Verder is 91% gehuwd of samenwonend, de rest is alleenstaand.

NIET HEEL RIJK, NIET HEEL ARM



Ouders kregen ook de vraag om zelf hun rijkdom te bepalen, van 'erg arm' tot 'erg rijk'. Niemand van de ouders plaatste zichzelf op de allerarmste rij en maar 0,4% behoorde naar eigen inschatting tot de rijkere laag van de bevolking. De meerderheid (69%) beschouwde zichzelf als iemand met een gemiddeld inkomen, terwijl 6% aangaf 'eerder arm' te zijn en 19% 'eerder rijk'. Mogelijk zitten daar sociaal wenselijke antwoorden tussen.



VOORAL THIRTYSOMETHINGS ...

De gemiddelde leeftijd van de ouders is 36 jaar. Ook de mediaan ligt op 36 jaar, wat wil zeggen dat er evenveel ouders jonger als ouder zijn dan die leeftijd. De jongste deelnemer is 22 jaar oud, terwijl de oudste deelnemer de leeftijd van 50 heeft bereikt. Toch is er een duidelijk piek in aantal deelnemers waar te nemen op de leeftijd van 35 en 36 jaar. Deze gemiddelde leeftijd kan mogelijk verklaard worden door een stijgende trend in de leeftijd waarop Vlaamse moeders hun eerste kind krijgen. In 2017 was dit gemiddeld 29 jaar, terwijl dat in 1987 nog 26 jaar was¹.

... MET 4-JARIGE KLEUTERS

918 stuks. Zoveel 0 tot 7 jarigen telt het nageslacht van onze 493 ouders. Netjes verdeeld in jongens (51%) en meisjes (49%), met een gemiddelde leeftijd van 4,3 jaar. Er is een geleidelijke stijging in het aantal kinderen tussen 0 en 6 jaar, dus vooral 4 tot 6 jarigen zijn goed vertegenwoordigd. Niet verwonderlijk: het is aangetoond dat ouders zich vanaf het vijfde levensjaar van hun kind relatief meer vragen stellen over mediaopvoeding, aangezien kinderen vanaf dan actiever en zelfstandiger met media omgaan². Kinderen van 7 jaar zijn dan weer minder aanwezig in deze steekproef.

MEDIAWIJS OF NIET?



Kinderen leren van hun ouders. Precies daarom waren we ook erg benieuwd naar de mediavaardigheden van onze moeders en vaders. We stelden hen twee vragen³, waarbij ze zichzelf een score konden geven tussen 1 (zwak) en 5 (sterk). Allereerst vroegen we in welke mate ze zelfstandig bepaalde media-activiteiten konden uitvoeren. Denk aan het downloaden van muziek, een software-update uitvoeren, ouderlijk toezicht instellen op een toestel enzovoort. Gemiddeld gaven ouders zichzelf een mooie score van 3,79 op 5.

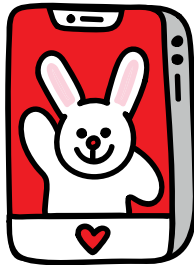
Daarnaast vroegen we ook hoe goed ze op de hoogte waren van nieuwe ontwikkelingen op vlak van media. Hier waren ouders iets onzekerder in: met 2,78 op 5 lag het gemiddelde meteen een vol punt lager. Uit de som van beide scores bleek dat de meeste ouders zichzelf een matig tot goed niveau van mediawijsheid toekennen: 29% schatte zichzelf eerder laag in, 34% gemiddeld en 37% hoog. Later komen we nog terug op dit onderscheid, om de resultaten beter te kunnen duiden.

²Netwerk Mediawijsheid, 2016.

³Tabel 1, p. 44: "Mediavaardigheden".

>60%

*van de kinderen gebruikt een
tablet of een smartphone*



2. SCHERMTIJD!

WAT, WAAR EN WANNEER?

Schermen: kleintjes, kleuters en kiddo's zijn er helemaal gek op. Op welke leeftijd begint dat precies? Welke schermen zijn hot, welke not? En waar gebruiken kinderen schermen het vaakst? Wij zochten het uit.

TV ON TOP

Al gaat hij intussen al bijna een eeuw mee, ook bij de jonkies van vandaag torent de tv nog steeds boven alle schermen uit⁴. 84% van de ouders geeft aan dat hun kinderen weleens tv-kijken, maar ook de tablet (66%) en de smartphone (63%) zijn populair. Zelfs een spelconsole (18%) wordt al door relatief veel kinderen op jonge leeftijd gebruikt. Recentere fenomenen, zoals een smartwatch (1%), virtual reality (1%), smart speakers (1%) en connected toys (2%) zijn nog niet erg ingeburgerd bij jongere kinderen. Ook de laptop (31%) en vaste computer (13%) zijn minder gegeerd dan je zou verwachten. Wellicht heeft de opkomst van de tablet daar een rol in gespeeld: het is een compacter en gebruiksvriendelijker alternatief om games te spelen en films te kijken. Bovendien stimuleren touchscreens de zintuigen van jonge kinderen op een aantrekkelijke, intuïtieve manier⁵. Anderzijds heeft een laptop of computer voor heel wat ouders eerder een zakelijk karakter, veeleer dan dat ze het als speelgoed zien.



"Wij hebben thuis nog een computer. De kinderen hebben wel hun eigen interface, want daar staan ook dingen van ons werk op."

Simone, mama van Lies (7 jaar) en Noor (9 jaar)

⁴Tabel 2, p. 45: "Gebruik en eerste contact".

⁵Nikken, 2019.

⁶Cristia & Seidl, 2015.



SHUT-UP TOYS

Dat de tv, tablet en smartphone zo populair zijn, is niet zo verwonderlijk. Een passief medium als de tv vraagt immers geen leerproces. Vaak is het dan ook het eerste scherm waar kinderen mee in contact komen⁷. Zodra ze wat meer motorische vaardigheden hebben, weten ook de tablet en smartphone hun aandacht te trekken. Die zijn niet alleen interactiever, maar bieden ook veel meer mogelijkheden (video's, games, educatieve apps ...).

Onderzoekers stellen dat dit soort schermen zo populair zijn omdat ze kinderen snel kunnen afleiden en entertainen. Ze worden dan ook niet voor niets 'shut-up toys' genoemd⁸. Handig wanneer ouders even iets anders aan hun hoofd hebben of bijvoorbeeld een pleister moeten plakken bij het kind in kwestie. Ook kunnen ze een belangrijke educatieve rol overnemen van ouders en boeken: ze verbeteren visuele en motorische skills en leren kinderen letters, geluiden en woorden herkennen.

Wat nog in hun voordeel speelt, is dat kinderen er heel intuïtief mee aan de slag kunnen. Even aanraken of swipen volstaat al om een reactie te krijgen. Voeg daar hun kleine, handige formaat nog aan toe en je snapt meteen waarom jonge kinderen hier maar al te graag naar grijpen.

VANAF 1 JAAR ...

Er is een verband tussen de leeftijd waarop jonge kinderen voor het eerst in contact komen met een bepaald scherm en de vaardigheden die daarvoor nodig zijn. Zo blijkt ook uit onze resultaten dat de tv wel degelijk het eerste scherm is in het leven van een kind: gemiddeld komen kinderen op 1,08 jaar hier voor het eerst mee in aanraking, gevolgd door de radio (1,17 jaar)⁹. Twee makkelijke en toegankelijke 'instapmedia'. Zo'n anderhalf jaar later doen ook de smartphone (2,60 jaar) en de tablet (2,69 jaar) hun intrede. Als we er even van uitgaan dat de tv geen smart-tv is, dan is dit de leeftijd waarop jongeren voor het eerst in contact komen met interactieve media. Hier komen wel bepaalde vaardigheden bij kijken. Zo moeten ze bijvoorbeeld kunnen navigeren en zoeken naar beelden. Ouders zijn daarin een voorbeeld: kinderen zullen hen nadoen en, met vallen en opstaan, toestellen als deze meer en meer onder de knie krijgen.

⁷Anderson & Pempek, 2005.

⁸Radesky, Schumacher & Zuckerman, 2015.

⁹Tabel 2, p. 45: "Gebruik en eerste contact".

EERST TABLET, DAN KINDERTABLET

Het lijkt misschien verrassend dat de kindertablet (3,16 jaar) doorgaans later dan de tablet in huis komt. Maar eigenlijk is dat best logisch: vaak zijn ouders of familieleden al in het bezit van een 'echte' tablet, voordat ze een kindertablet aankopen. Ook heeft een gewone tablet het grote voordeel dat het hele gezin er gebruik van kan maken.

Helemaal achteraan bengelen de computer (3,25 jaar), laptop (3,30 jaar) en spelconsole (4,71 jaar). Hier maken touchen en swipen plaats voor klikken en typen: een fijnere motoriek die meer technische kennis vereist. Ook een spelconsole vraagt wat meer geestelijke arbeid en een beter begrip van interactieve media. Kinderen leren het verband tussen knopjes, toetsencombinaties en handelingen in het spel. Strategisch denken!

PLACE TO BE? DE LIVING!

Als er één plek is waar kinderen het meest naar een scherm kijken, dan is het wel de woonkamer¹⁰. Alle mogelijke schermen worden hier het vaakst gebruikt. Ouders hebben in deze ruimte dan ook het meeste zicht op wat hun kinderen allemaal uitspoken. Al is dit soms ook gewoon een voor de hand liggende plaats om een toestel op te stellen.



De keuken (20%) en de auto (20%) zijn dan weer populaire plekken voor de radio. Een autoradio is vandaag geen uitzondering meer: kinderen komen er vaker mee in aanraking dan ouders vermoeden. Wat de vaste computer betreft, geeft 23% van de ouders aan dat hun zoon(s) of dochter(s) die op een andere plaats in huis gebruiken dan de woonkamer, keuken, living, slaapkamer of het toilet. We denken hier natuurlijk meteen aan een kantoor of werkkruimte, wat nogmaals het zakelijke karakter ervan bevestigt.

¹⁰Tabel 3, p. 44: "Waar kijkt je kind naar schermen?".



Eens ze aangekleed
zijn en de boekentas
gemaakt is, mogen ze
nog even tv-kijken.

Siska, mama van Lea (2 jaar) en Lisette (6 jaar)

Buitenshuis gaat vooral de smartphone (25%) mee op zak, maar ook de tablet (12%) mag soms mee de baan op. Restaurantbezoeken of lange autoritten zijn hier een mogelijke verklaring. Beide toestellen zijn niet alleen makkelijk mee te nemen, maar ook een handige bron van entertainment als er geen andere media voorhanden zijn.

OCHTEND- EN AVONDRITUELEN

Van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat: schermen zijn overal te bespeuren, de hele dag lang. Ruim één vierde (26%) van de ouders gunt de kinderen al wat schermtijd voor ze naar de crèche of school gaan¹¹. Maar de meeste schermen gaan vooral 's avonds aan: 45% geeft aan dat dit voor het avondeten gebeurt, 55% laat ze na het eten voor een scherm kruipen en 6% zelfs tijdens de maaltijd. Hoewel sommige ouders menen dat dat laatste voor een zekere rust kan zorgen aan tafel, vinden de meesten eerder dat het in de weg staat van een goed gesprek.

Ook bedtijd is schermtijd. Zelfs al raadt amper 3% van de ouders een scherm aan om je kind in slaap te doen vallen en vindt 15% dat kinderen moeilijker indommelen na een dosis schermtijd, laat 32% hun kind vlak voor bedtijd nog naar een scherm kijken. Andere momenten waarop kinderen volgens hun ouders weleens naar een scherm kijken? Tijdens het middageten, vlak na school, wanneer ze huiswerk maken, wanneer ze wachten, als ze op het potje gaan of als ze een nieuwe pamber krijgen. Wat zeiden we: de hele dag lang!

¹¹Tabel 4, p. 45: "Wanneer kijkt je kind naar schermen?"

3. WAT VINDEN ZE LEUK? WAT KUNNEN ZE GOED?

Oké, we weten nu welke schermen de ogen van onze 0 tot 7 jarigen helemaal doen fonkelen. Benieuwd wat ze daar dan mee aanvangen? Keep on reading!

HOT: FILMPJES EN LIEDJES

Al van jongs af aan zijn we gefascineerd door bewegende beelden. 42% van de ouders bevestigt dan ook dat hun kinderen dagelijks naar filmpjes kijken, en 38% geeft aan dat dit wekelijks gebeurt¹². Ook muziek kan de allerkleinste generaties al bekoren: hierbij zegt 25% dat er dagelijks iets door de speakers knalt, terwijl dat bij 34% wekelijks het geval is. Beide zijn veruit de meest geliefde media-activiteiten van jonge kinderen. Grote kans dat het passieve en entertainende karakter van deze bezigheden daar weer voor iets tussen zit.

Ook gamen is bij 28% een wekelijkse bedoening, al blijkt dat tegelijk voor veel jonge kinderen nog een behoorlijke uitdaging: 45% van de ouders zegt dat hun kinderen nooit een game spelen. Hoewel kinderen leergierig zijn en maar al te graag spelenderwijs ontdekken wat media te bieden hebben, zijn fijne bewegingen vaak nog moeilijk. Ook kan niet elk kind al lezen, wat in bepaalde games wel een vereiste is. Ouders die er tijd voor maken om zo'n game eens samen met zoon of dochter te verkennen, kunnen hun kinderen flink op weg helpen¹³.

¹²Tabel 5, p. 46: "Hoe vaak kijkt je kind naar schermen?".

¹³MediaNest, "<https://www.medianest.be/mediagroeilijn>".

LIEVER PROGRAMMEREN DAN CHATTEN

Chatten, sms'en of spraakopdrachten inspreken: als we de ouders mogen geloven, zijn kinderen tussen 0 en 7 jaar er amper mee bezig. Videobellen, telefoneren en af en toe foto's maken: ja, dát dan weer wel. Op zich wel logisch, aangezien een groot deel van deze kinderen nog niet kan lezen of schrijven. Om te (video)bellen heb je enkel je stem nodig, wat het veel toegankelijker maakt. Bovendien spreken de vele prikkels in audio en video kinderen meer aan, aangezien hun zintuigen zich volop aan het ontwikkelen zijn.

Nog iets dat relatief goed scoort: 13% van de ouders geeft aan dat hun kinderen af en toe speelgoed programmeren. 'Bee-bot' is daar een goed voorbeeld van: een robot in de vorm van een bij met pijlen op z'n rug. Kinderen kunnen het beestje een bepaald traject laten afleggen door de juiste pijlen in te drukken. De kans bestaat dat een groter aantal ouders dit soort speelgoed al in huis heeft, maar zich er niet bewust van is dat kinderen hiermee hun eerste stapjes zetten als programmeur.



"Bij ons in de bibliotheek kunnen ze robots programmeren, dat vinden ze superleuk!"

Lydia, mama van Silke (7 jaar) en Kato (9 jaar)

GOED MET KNOPPEN ...

Kinderen zijn niet alleen verzot op filmpjes bekijken, ze trekken ook al bijna blindelings hun plan: 72% van de ouders zegt dat hun kinderen hierbij geen hulp nodig hebben¹⁴. Hoewel ook muziek luisteren een hit is bij jonge kinderen, zijn er een pak minder ouders van overtuigd dat ze dit op eigen houtje kunnen (42%).

Digitale kleurplaten inkleuren (78%) en foto's maken (76%) winnen het van alle andere media-activiteiten, wat enigszins verrassend is: eerder stelden we vast dat kinderen minder dan wekelijks foto's maken, hoewel ze dit dus wel al goed onder de knie hebben. Hetzelfde geldt voor filmpjes maken (62%), wat aantoont dat jonge kinderen al goed overweg kunnen met (basis)knoppen.

¹⁴Tabel 6, p. 47: "Wat kan je kind zelfstandig?"

... MAAR NIET MET ALLE KNOPPEN

Basisknoppen, zeiden we dus, met de nadruk op "basis". Zodra het iets ingewikkelder wordt, krijgen onze 0 tot 7 jarigen het moeilijk. Zo denkt maar 14% van de ouders dat hun kinderen in staat zijn om zelfstandig te chatten, en ook videobellen (16%) en telefoneren (17%) scoren laag. Naast het feit dat veel kinderen uiteraard nog niet kunnen lezen of schrijven, is een gebrek aan (uitgebreidere) knoppenkennis hier waarschijnlijk de boosdoener: zelf op zoek gaan naar de juiste app om te chatten of te bellen is op deze leeftijd nog niet evident, laat staan een volledig telefoonnummer intoetsen. Toch denkt 54% van de ouders dat hun kind al zelfstandig kan gamen. Vaak zullen ze ook hier nog hulp kunnen gebruiken, maar door het slimme systeem van beloning in heel wat games ontdekken ze snel met welke knoppen ze krijgen wat ze willen.



"Ze speelt wel al spelletjes, op de Ketnet Junior-app bijvoorbeeld. Maar ze beseft nog niet helemaal wat ze doet, denk ik."

Karen, mama van Leonie (2 jaar)

FAN VAN YOUTUBE

Als we ouders vragen welke apps hun kinderen het meest gebruiken, dan komt YouTube helemaal bovenaan te staan¹⁵. Zowel om filmpjes te bekijken (73%) als om muziek te luisteren (49%). Er zijn dan ook weinig drempels om de app te gebruiken: vaak staat de app al standaard geïnstalleerd bij aankoop van een toestel, en bovendien is lezen of schrijven nergens voor nodig. Op het startscherm krijgen kinderen meteen suggesties te zien en ook tijdens het kijken worden ze naar andere video's doorverwezen.

Ook ander onderzoek bevestigt dat YouTube als een peperkoeken huisje is voor kinderen: ze hoeven geen account aan te maken, zweven makkelijk van video naar video en hebben hun ouders nergens voor nodig¹⁶. Anderen stellen dat ook de overvloed aan video's die specifiek gericht zijn op kinderen, zoals de gekende unboxing video's, een rol spelen¹⁷.

¹⁵Tabel 7, p. 48-49: "Favoriete apps".

¹⁶Jiménez, García & de Ayala, 2016.

TOP 3

apps om filmpjes te bekijken

1. YouTube 2. Netflix 3. Ketnet



MINDER FAN VAN YOUTUBE KIDS

Hoewel YouTube Kids speciaal ontwikkeld werd voor jonge kinderen en ongeschikte inhoud probeert te weren, wordt deze app beduidend minder vaak genoemd. Maar 32% geeft aan dat hun kinderen via deze weg filmpjes bekijken en slechts 23% denkt aan YouTube Kids als het gaat over muziek. Mogelijk ligt dit aan de vele kritiek die het platform krijgt: de app zou niet altijd even betrouwbaar zijn in de selectie van filmpjes en toont ook nog steeds reclame¹⁷. Anderzijds worden filmpjes van populaire YouTubers die wél geschikt zijn voor kinderen dan weer gefilterd. Het kan ook zijn dat YouTube Kids gewoon nog niet zo gekend is bij ouders.

Dat YouTube de eerste keuze blijft van ouders en kinderen, kan dus meerdere verklaringen hebben: het grotere aanbod, gemakzucht of geen al te grote bezorgdheid rond ongeschikte inhoud. Dat laatste kan vooral bij muziek een rol spelen, aangezien YouTube Kids eerder gebruikt wordt om filmpjes te kijken dan om muziek te luisteren. Vaak is muziek niet meer dan een achtergrondactiviteit, waarbij ongeschikte inhoud in muziekclips amper voor problemen zorgt. Al kan het natuurlijk nog steeds gebeuren dat kinderen naakt en geweld te zien krijgen in dit soort video's.



“Soms, met sinterklaas bijvoorbeeld, is de reclame wel heel erg toegespitst op kinderen. Maar ja, dat is nu eenmaal het nadeel met zo’n gratis app.”

Lieve, mama van Zaza (7 jaar) en Lucas (10 jaar)

ANDERE APPS VOOR FILMPJES EN MUZIEK

Wat filmpjes betreft, moet YouTube Kids ook voor Netflix (35%) buigen. Netflix biedt immers de mogelijkheid om een kids-profiel aan te maken, waarbij kinderen enkel titels te zien krijgen die veilig, leerrijk en interessant voor hen zijn. Daarnaast werd ook de KetnetApp af en toe genoemd en durfde één ouder toegeven dat illegale streamingdiensten als PopcornTime soms wel handig kunnen zijn. Tot slot werden YouTube en YouTube Kids gevolgd door Spotify (15%) en radiowebsites of -apps (6%) als middel om muziek te beluisteren.

EN HOE COMMUNICEREN ZE EIGENLIJK?

Dat jonge kinderen amper chatten, hoeven we je intussen niet meer te vertellen. Toch wordt WhatsApp, chat-app bij uitstek, relatief vaak genoemd door onze ouders (26%) als we hen vragen welke apps hun kinderen gebruiken om te communiceren. Facetime (10%) staat op nummer twee, Facebook Messenger (9%) en Skype (7%) sluiten de rij. De ingebouwde (video)belfunctie in al deze apps zit daar waarschijnlijk voor iets tussen, maar ook de mogelijkheid om emoji's te gebruiken doet de harten van kinderen misschien wel sneller slaan.



*"Via WhatsApp sturen ze weleens berichtjes,
maar dat is eigenlijk vooral voor die emoticons."*

Annie, mama van Simon (5 jaar) en Hanne (6 jaar)



Ze zijn altijd boos, he.

Het is nooit genoeg.

Moesten we geen
afspraken hebben,
dan zouden ze er
constant op zitten!

Petra, mama van Ernest (3 jaar), Noah (7 jaar), Emiel (9 jaar) en Leon (12 jaar)

4. MEDIAOPVOEDEN: HOE MOET DAT EIGENLIJK?

Niemand die ooit beweren zal dat opvoeden een koud kunstje is. Ook onze 493 ouders stellen zich dagelijks nog tal van vragen. Wij vroegen hen naar hun zorgen en opvattingen rond de mediaopvoeding van hun kind.

DE GROOTSTE ZORG? SCHERMTIJD!

“Kijkt mijn kind te veel naar een scherm?” Voor maar liefst de helft van de ouders is het zorg nummer één¹⁸. Sommige ouders vinden dat de balans tussen schermtijd en andere activiteiten niet in evenwicht is en zouden willen dat hun kind wat minder vaak naar een scherm kijkt¹⁹. Andere hebben dan weer verre van problemen met veelvuldig schermgebruik.

Eén ouder vroeg zich af “of het goed is om kinderen zo lang mogelijk weg te houden van schermen”. Een ander vroeg zich af of haar zoon niet uit de boot zal vallen als hij zelf minder schermen dan zijn leeftijdgenootjes in huis heeft. Een kwart wil weten hoe je kan voorkomen dat je kind overstuur raakt als je vraagt om een bepaald scherm uit te zetten, wat suggereert dat dit een veelvoorkomend probleem is. Dat laatste blijkt eerder voor moeders dan vaders (26% t.o.v. 12%) een zorg.

¹⁸Tabel 8, p. 50: “Vragen en bezorgdheden”.

¹⁹Nikken, 2019.

EN WAT MET INHOUD?

Ruim een derde van de ouders stelt zich vragen over ongeschikte inhoud die hun kind online kan tegenkomen. 38% wil dit kunnen voorkomen, al is het niet voor iedereen duidelijk wat dan wel en niet oké is voor jonge kinderen: een vierde zoekt daarbij naar antwoorden. 28% geeft aan dat ze hun kind niet willen blootstellen aan ongepaste inhoud, maar weet niet goed welke apps ze dan best installeren. Verder is 23% niet zeker of het erg is dat hun kind al in contact komt met “nieuws voor grote mensen” en is een kwart ook nog eens bezorgd over het effect van reclame op hun kind.

EEN VERGETEN TOPIC: PRIVACY

Terwijl schermtijd en inhoud hot topics zijn bij ouders, blijft de privacy van kinderen een beetje in de schaduw staan: amper een vijfde maakt zich hier zorgen over. Vooral de vraag of het oké is dat er foto's van je kind online staan, maakt door het hoofd van ouders (24%). 18% wil weten welke gegevens van hun kinderen er online te vinden zijn, hoe ze die kunnen beschermen en wat voor info bedrijven allemaal verzamelen over hun kinderen. Amper 4% piekert over de gegevens die hun kind zélf deelt. Wat ook niet zo verwonderlijk is aangezien kleine kinderen nauwelijks actief zijn op sociale media.

Ouders lijken bij de mediaopvoeding van hun kind dus vooral te denken aan het gebruik van toestellen en de vaardigheden die daarbij komen kijken, en stellen zich minder vaak kritisch op tegenover gegevensverzameling. Ook bij de open antwoordcategorie staken vooral vragen rond deze thema's de kop op.

“Moet ik mijn kind meer computer- en tabletvaardig maken?”

Klaartje, mama van Daan (6 jaar)





Op Facebook zit ik in
van die
'mama-groepen', en
daar heb ik wel goede
tips gekregen over
schermtijd.

Elien, mama van Elena (2 jaar)



“MOET IK MEDIAWIJZER ZIJN?”

16% van alle ouders stelt zich de vraag of het een probleem is dat ze niet goed mee zijn met de nieuwste mediaontwikkelingen. Het zijn ook voornamelijk ouders die zichzelf laag inschatten op vlak van mediawijsheid die hiermee worstelen, waarbij we verwijzen naar het onderscheid dat we eerder al maakten tussen ouders met een lage, gemiddelde en hoge kennis over media. Ouders met een lage mediavaardigheid zijn zich dus duidelijk bewust van hun niveau en de eventuele impact daarvan.

WAT OUDERS ZICH NIET AFVRAGEN

Sommige vragen stellen ouders zich beduidend minder dan andere. “Bij wie kan ik terecht voor raad over schermgebruik of schermtijd?” (11%), “Gamet mijn kind te veel?” (9%) en “Wat doet mijn kind online?” (5%): weinigen liggen ervan wakker. Vooral dat laatste is niet verwonderlijk, als later blijkt dat 96% van de ouders sowieso een oogje in het zeil houdt wanneer hun kind in de weer is met media. Verder valt ook op dat ouders die zichzelf een hoge mediawijsheid toedichten heel wat minder kopzorgen hebben.

POPULAIRE HULPBRONNEN

Ouders blijven niet bij de pakken zitten. Antwoorden op al die vragen zoeken ze vooral bij vrienden, familie en kennissen (50%) of andere ouders (42%)²⁰. Maar ook online kunnen ze terecht: denk aan zoekmachines (35%), sociale media en blogs (31%), informatieve websites (30%) en sites over opvoeding (25%). Voor 28% bieden magazines dan weer soelaas.

Hoewel onderzoek aantoont dat leerkrachten een goede informatiebron zijn voor ouders in verband met het gebruik van nieuwe technologieën door jonge kinderen²¹, zoekt amper 9% van onze ouders hulp bij een leraar of medewerker van de opvang. Toch een opmerkelijk verschil met onze noorderburen: daar geeft 24% aan geregeld bij leerkrachten aan te kloppen. Mogelijk zijn leerkrachten en opvoeders niet goed bereikbaar voor ouders of schatten ouders hun kennis over media te laag in.

AFSPRAKEN OVER SCHERMEN

Zo goed als alle ouders (99%) zijn het erover eens: een goede balans tussen tijd met en zonder scherm is thuis van groot belang²². 92% maakt daar ook duidelijke afspraken over en waakt erover dat kinderen die naleven. Toch is een tijdslimiet op het schermgebruik van je kind niet iedereen dada: slechts 74% van de ouders past dit toe. Opmerkelijk is dat moeders sneller zo'n limiet instellen dan vaders (75% t.o.v. 60%).

Wil je dat je kinderen zich houden aan de regels, dan is het natuurlijk wel zo handig als je zelf het goede voorbeeld kan geven. 29% is ervan overtuigd dat ze daarin slagen, 53% denkt dit "soms" te doen en 18% geeft toe dat ze hier geen kei in zijn. Ouders onderschatten de impact daarvan maar beter niet: onderzoek toont aan dat kinderen snel de levensstijl van hun ouders kopiëren²³. Ongeacht de leeftijd van kinderen spelen ouders altijd een belangrijke rol bij het modelleren van gezond gedrag en gewoontes, maar op vlak van technologie hebben ze vooral bij jongere kinderen veel invloed²⁴.

"Ik probeer zelf zo min mogelijk met mijn gsm bezig te zijn. Ze zien dat, he ... Ik vind dat ik de regels voor de kinderen zelf ook moet volgen."

Brigitte, mama van Martha (2 jaar), Anne (3 jaar), en Basiel (5 jaar)

²¹Erikson Institute, 2016.

²²Tabel 10, p. 52-53: "Is deze stelling van toepassing op jouw gezin?"

²³Lauricella, Wartella & Rideout, 2015.

²⁴Erikson Institute, 2016; He, Irwin, Tucker & Pollett, 2005.

CONTROLE IS OKÉ?

Controleren wat je kind allemaal doet: weinig ouders zien er graten in. Zo geeft 96% aan dat ze in het oog houden waar hun kind mee bezig is, al rest de vraag of dit het gevolg is van nieuwsgierigheid of eerder van bezorgdheid. Heel wat ouders nemen wel maatregelen om hun kinderen online te beschermen: 79% kiest bewust voor apps of websites met een kindvriendelijke inhoud, 60% zoekt samen met hun kinderen naar geschikte apps en 58% bepaalt een leeftijdsgrens wanneer een app dat toelaat. De stap naar technische controle (of parental control) gaat voor heel wat ouders te ver. Slechts 30% maakt gebruik van software om beperkingen in te stellen, 25% creëert afspeellijsten met geschikte video's en een kleine 23% durft de zoekgeschiedenis van zijn of haar kinderen te checken. Mogelijk vragen dit soort zaken te veel inspanning of technologische kennis, of willen ouders de vertrouwensband met hun kind niet schaden. Het is in ieder geval duidelijk dat ouders die zichzelf hoger inschatten op vlak van mediawijsheid, sneller naar bepaalde tools of instellingen zullen grijpen.

SAMEN AAN DE MEDIA

Alles is leuker met z'n tweeën! Veel ouders (82%) proberen dan ook om af en toe samen met de kinderen te gamen of naar een filmpje te kijken. Opnieuw valt op dat vooral de mediawijzere moeders en vaders dit doen. Maar ook op andere vlakken kunnen kinderen op hen rekenen: 94% van de ouders vertelt hen dat ze bij problemen altijd bij hem of haar terecht kunnen en 89% zal ook effectief te hulp schieten. Al valt het woord "probleem" natuurlijk breed te interpreteren en kan sociale wenselijkheid een impact hebben op dit cijfer. Leuk om te weten: 22% geeft aan dat ook hun kinderen soms een redder in (media)nood zijn.

"Ik vind het belangrijk dat ze het gevoel hebben dat ze thuis over alles kunnen praten. Want dan kan je altijd proberen om het samen op te lossen."

Siska, mama van Lea (2 jaar) en Lisette (6 jaar)





Als ze op YouTube
zitten, dan zijn wij er
altijd bij. We lopen dan
wel ergens in de buurt
rond, voor als we iets
vreemds zouden horen.

Sander, papa van Charlotte (6 jaar) en Lieselotte (7 jaar)

70%

*van de ouders toont niet
altijd het goede voorbeeld*



KUNNEN SCHERMEN EEN BELONING ZIJN?

Eerder zagen we dat behoorlijk wat ouders zich afvragen of hun kind niet te veel naar een scherm kijkt. Toch geeft maar liefst 85% toe dat een scherm een handig zoethoudertje kan zijn. Maar dat betekent niet dat een scherm ook een beloning kan zijn: minder dan de helft van de ouders (48%) vindt dat oké. En ja, er zijn nog meer zaken waar schermen volgens ouders niet voor dienen. Zo vindt 97% een scherm niet geschikt om je kind in slaap te doen vallen, ook al vindt 85% dat hun kinderen niet per se moeilijker indommelen na een beetje schermtijd. Ook zegt 65% dat schermen of apps niet noodzakelijk leiden tot meer sociaal contact.



"Als ik 's avonds laat thuis ben en het eten moet nog op tafel komen, dan installeer ik ze weleens voor de tv of laat ik ze op de smartphone naar een filmpje kijken."

Lien, Mama van Margot (2 jaar) en Marloes (3 jaar)

SPEELGOED BOVEN SCHERMEN



In Nederland vindt 60% van de ouders speelgoed beter geschikt voor hun kinderen dan schermen. Een aanzienlijk verschil met onze resultaten: 97% zou zijn of haar kind eerder speelgoed dan een scherm aanreiken. Dat 67% merkt dat hun kind soms moeite heeft om een scherm naast zich neer te leggen, heeft daar misschien iets mee te maken.

Toch is 84% er wel van overtuigd dat kinderen online interessante dingen kunnen leren. 72% geeft ook aan dat hun kind weleens iets nadoet wat hij of zij op een scherm heeft gezien. Onderzoek bevestigt dat media positief kunnen werken op het verbeeldingsvermogen van kinderen: ze krijgen heel wat herkenbare, levendige situaties of personages te zien waar ze zich maar al te graag aan spiegelen²⁵. Schermen hebben dus best wel wat te bieden!



"Ze leren er wel iets van, denk ik. Mijn oudste kind telt al tot 5 in het Engels!"

Brigitte, mama van Martha (2 jaar), Anne (3 jaar), en Basiel (5 jaar)

²⁵Götz, Lemish, Aidman & Moon, 2003.

5

TYPES OUDERS

We horen het niet graag, maar stiekem passen we allemaal wel in een of ander hokje. Ja, ook als het over opvoeden gaat. Zo konden we alle 493 ouders in dit onderzoek opdelen in 5 verschillende types²⁶.

Stuk voor stuk hebben ze een andere kijk op de mediaopvoeding van hun kind²⁷. En dat blijkt allerminst een onbenullig onderscheid: studies tonen aan dat de opvoedingsstijl een grote invloed heeft op de manier waarop jonge kinderen met media omgaan en wat voor effecten al die media hebben op hun persoonlijke ontwikkeling²⁸. Herken je jezelf in één van deze types? Blader dan zeker even door naar p. 40: misschien komen onze tips wel van pas!

²⁶ Tabel 11, p. 54: "vijf types ouders".

²⁷ Tabel 12, p. 55: "Waarden".

²⁸ Radesky, Schumacher & Zuckerman, 2015.



**" IK ZIE MEDIA ALS
IETS POSITIEFS, MAAR
HEB WEL EEN GEZONDE
PORTIE BEZORGDHEID."**

DE MEDIABOLLEBOOS

Een plantrekker met een positieve mindset: zo kunnen we de mediabolleboos het best omschrijven. Deze groep ouders schat zichzelf het meest mediawijs in van alle types, en dat merk je ook aan de manier waarop ze hun kind opvoeden. Samen gamen, een film kijken of een nieuwe app installeren: voor deze ouders is het zeker geen uitzondering.

Hoewel deze ouders ervan overtuigd zijn dat hun kinderen veel kunnen leren van media, beseffen ze ook dat sommige dingen op het internet nu eenmaal niet bestemd zijn voor de ogen van 0 tot 7 jarigen. Gelukkig laten ze zich daardoor niet van slag brengen: ze weten wat ze kunnen doen om hun kinderen met een gerust hart naar een scherm te laten kijken en aarzelen niet om daar gebruik van te maken. Zo zullen ze sneller afspeellijsten in mekaar steken, een leeftijdsgrens instellen of naar software grijpen die hen toelaat om beperkingen op te leggen. En soms, meer dan andere ouders, werpen ze een stiekeme blik op de zoekgeschiedenis van hun kinderen.

Is het een lichte vorm van paniek? Nee, wél een gezonde dosis bezorgdheid. En een mooi duwtje in de rug om hun allerkleinsten te leren hoe je slim met media omgaat.



DE MEDIATWIJFELAAR

Ziet de mediabolleboos het glas halfvol, dan bengelt de mediatwijfelaar ergens aan het andere eind van dat spectrum. Deze ouders twijfelen of media hun kinderen ook maar iets te bieden hebben en geven de voorkeur aan "gewoon" speelgoed, laat staan dat ze een scherm ooit zouden gebruiken als zoethoudertje of beloning.

De twijfels die deze ouders hebben, uiten zich niet in enige mate van controle: ze zullen niet snel afspeellijsten creëren, een leeftijdsgrens bepalen, samen naar een scherm kijken of doelbewust apps selecteren met kindvriendelijke inhoud. Ze leren hun kind ook niet om naar hen toe te komen bij een (media)probleem, en zullen hen daar ook zelden mee kunnen helpen.

Misschien heeft de argwanende en weinig betrokken houding van deze ouders te maken met het feit dat ze zichzelf het minst mediawijs inschatten van allemaal. Een traditionele opvoeding, waarbij schermen hoogstens een bijrol krijgen, blijkt meer hun ding.



**"SCHERMEN ZIJN EEN HANDIGE
MANIER OM MIJN KROOST
BRAAF TE HOUDEN EN BRENGEN
NIETS DAN ROZENGEUR EN
MANESCHIJN."**

DE MEDIAOPTIMIST

Voor de mediaoptimist brengen schermen niets dan rozengeur en maneschijn met zich mee. Hoewel deze ouders zichzelf laag op de mediawijze ladder plaatsen, houden ze ervan om media te integreren in de dagelijkse routine van hun kinderen. En dat om verschillende redenen: ze vinden media leerrijk, zien schermen als een handige manier om hun kroost braaf te houden én ook hun kinderen zijn er helemaal verzot op.

De zwakte van de optimisten is precies datgene wat hen ook zo siert: soms zijn ze iets té positief als het over media gaat. Ze doen dan wel hun best om duidelijke afspraken te maken, samen met hun kinderen op zoek te gaan naar nieuwe apps en hen te helpen bij problemen, maar verder laten ze zoon of dochter helemaal los. Zo zal ook deze ouder, net als de mediasceptische ouder, niet snel afspeellijsten maken, bewust op zoek gaan naar kindvriendelijke apps of een leeftijdsgrens instellen wanneer mogelijk. Opvallend: van alle ouders geven de optimisten ook het vaakst aan dat hun kind soms moeite heeft om een scherm uit te zetten.

Vragen over waar hun kind mee bezig is en wat hij of zij online allemaal tegenkomt, zullen optimisten zich dus zelden stellen. Toch kan een beetje zicht op wat kinderen op schermpjes doen allesbehalve kwaad.



**" IK BEN ME GOED
BEWUST VAN DE
PRO'S EN CONS VAN
media"**

DE MEDIAREALIST

Een scherm? Leuk en leerrijk, vindt de mediarealist, maar trop is te veel. Deze ouders, die naar eigen inschatting over een gemiddelde mediawijsheid beschikken, zijn zich goed bewust van de pro's en cons van media. Ze vinden het logisch dat hun kinderen ermee opgroeien en proberen dan ook, meer dan andere ouders, het goede voorbeeld te geven.

Tegelijk staan ze tijdig op de rem en zullen ze sneller limieten opleggen als het gaat over het schermgebruik van hun kinderen. Media zijn zeker niet heilig voor hen: ze gebruiken een scherm zelden als beloning en zijn ook af en toe bezorgd om wat hun kind online te zien krijgt. Realisten doen dan ook goed hun best om hun kinderen te behoeden voor ongeschikte inhoud. Ze zoeken naar kindvriendelijke apps en websites, stellen leeftijdsgrenzen in en staan paraat als hun kinderen hen nodig hebben.

In deze gezinnen staan media noch op de voorgrond, noch op de achtergrond. Ouders vinden dat de wereld véél meer te bieden heeft dan schermen alleen, en sporen hun kroost op tijd en stond aan om ook in de echte wereld op verkenning te gaan.



**"SCHERMEN ZIJN
VOORAL 'GEMAKKELIJK'.
NIET MEER,
NIET MINDER."**

DE MEDIAOPPORTUNIST

Al vinden ze zichzelf niet zo mediawijs, toch zien mediaopportunisten alleen maar voordelen in de schermen waar hun kinderen naar kijken: een scherm heeft zoon of dochter veel te leren, kan handig zijn als zoethoudertje of beloning en helpt hun kleintjes tot rust te komen. Anders dan andere ouders vinden ze ook dat een scherm weleens van pas komt wanneer hun kinderen niet in slaap kunnen vallen.

Kort samengevat zijn schermen voor hen vooral "gemakkelijk". Niet meer, niet minder. Deze ouders zullen het zichzelf dan ook niet snel moeilijk maken: ze maken minder afspraken, stellen weinig limieten in, controleren niet echt waar hun kind mee bezig is en waken ook niet over de inhoud die op al die schermen verschijnt.

Toch erkennen ze dat ze als ouders een voorbeeldfunctie hebben, en beseffen ze dat er op dat vlak nog werk aan de winkel is. Al lijken ze hier anderzijds weinig aan te doen: mogelijk zijn mediaopportunisten zich niet bewust van de risico's, of prikken andere prioriteiten hoger op hun lijstje.



WAT HEBBEN WE GELEERD?

Ouders, opvoeders, leerkrachten en organisaties als Mediawijs: iedereen heeft er baat bij om te weten hoe jonge kinderen omgaan met media en hoe ouders daar zelf over denken. De MediaNest Cijfers hebben alvast geholpen om hier een duidelijker beeld rond te scheppen bij 0 tot 7 jarigen in Vlaanderen.

Zo zagen we dat ouders er heel verschillende visies op na houden wat betreft het nut, de voordelen en de risico's van media. Dat weinig ouders wakker liggen van privacy. En dat YouTube onze allerjongsten nauw aan het hart ligt. Ontdekkingen als deze laten toe om leerprogramma's aan te passen aan de noden van jonge kinderen, om opvoedingsadviezen bij te sturen en om ouders de helpende hand aan te reiken die ze hier en daar nodig hebben.

Toch kan alles altijd beter. Ook dit onderzoek. Hoewel de enquête gebaseerd was op de Nederlandse versie van deze studie, werden veel vragen aangepast. Daardoor was een vergelijking met onze noorderburen, wat tot interessante inzichten kon leiden, op veel vlakken niet mogelijk. Hetzelfde gaat op voor de vergelijking tussen vaders en moeders, wat door het lage aantal mannen in de steekproef niet evident was. Verder werden kwetsbare lagen van de maatschappij niet voldoende gerepresenteerd. Nochtans is er een grote nood aan onderzoek naar deze doelgroep, aangezien digitale uitsluiting vandaag een prominent probleem is.

Het zijn alleen maar redenen om dit onderzoek de komende jaren te herhalen en de vinger aan de pols te houden. Want als er één ding duidelijk is, dan is het wel dat ook de allerkleinsten een hart voor media hebben.

1

Tv en
YouTube
on top

2

Place to be?
De Living!

3

Van 's ochtends vroeg
tot 's avonds laat

4

Filmpjes, muziek
en programmeren

5

De grootste zorg van
ouders? Schermtijd en
ongeschikte inhoud!

6

Oplossing?
Grenzen stellen en
samen ontdekken

7

Ssstt... Ouders
tonen niet altijd het
goede voorbeeld.

ALS JE HET EVEN NIET MEER WEET ...

"Doe ik het eigenlijk wel goed?" Van alle vragen die ouders zich kunnen stellen, is het waarschijnlijk de enige die zonder uitzondering door iedereen z'n hoofd durft te glippen. Wij antwoorden keer op keer: ja, je doet het goed! Opvoeden is een kwestie van aanvoelen, en dat is ook bij de mediaopvoeding van je kind niet anders. Pak je als ouder iets op een bepaalde manier aan, dan heb je daar waarschijnlijk een goede reden voor. Toch kan het nuttig zijn om je blik af en toe eens te verruimen. Heb je twijfels over de manier waarop je omgaat met het schermgebruik van je kind? Misschien kunnen deze tips je helpen.

- 1 Durf samen op ontdekking te gaan.** Samen "aan de media gaan" is niet alleen leuk en leerrijk voor jullie allebei: je toont meteen ook interesse in de leefwereld van je kind en laat zien dat je een positieve houding hebt ten opzichte van media. Handig, want daardoor zal je kind sneller naar je toe komen als er zich een probleem voordoet.
- 2 Onthoud dat je kind je nadoet.** Kinderen leren veel van mensen in hun omgeving. En niet het minst van hun ouders. Wil je liever niet dat je kind na het eten nog naar de tablet grijpt? Probeer er dan zelf ook van weg te blijven.
- 3 Let op met technische controle of controle via instellingen (zoekgeschiedenis nakijken, bepaalde apps/website blokkeren, geen aankopen mogelijk maken, tijdslimieten instellen op toestellen).** Een goed gesprek is altijd de eerste en belangrijkste stap, zeker als je weet dat dit soort instellingen vaak makkelijk te omzeilen zijn. Bovendien kan het de vertrouwensband met je kind schaden. Als je van jongs af aan meteen goede afspraken maakt, met je kind, hoeft dit misschien niet?
- 4 Zorg voor een goede digitale balans.** Het is niet meteen een reden tot paniek als je kind een tijdje helemaal opgaat in die ene nieuwe game. Maar waak er wel over dat er ruimte is voor andere activiteiten, waarbij schermen geen rol spelen.
- 5 Maak duidelijke afspraken en hou je kind daaraan.** Je hoeft niet voor alles een regeltje te bedenken, maar zorg dat je kind jullie afspraken respecteert. Die zijn er niet voor niets, dus je mag best wel op je strepen staan!.
- 6 Maak je niet té veel zorgen.** Probeer je kind niet angstvallig en voortdurend te controleren of weg te houden van schermen. Media zijn best oké! En nee, het kan echt geen kwaad om de tablet voor die 5 minuten als babysit in te schakelen.
- 7 Twijfels? Zoek naar info!** Media zijn helemaal top, maar ze brengen soms ook risico's met zich mee. Twijfel je aan je eigen mediawijsheid? Heb je geen idee waar je op moet letten of hoe je iets moet aanpakken? Andere ouders, leraren en opvoeders hebben misschien wel goede raad.

BLIJF JE MET DE HANDEN IN HET HAAR ZITTEN?

Hey, no stress! Surf gewoon eens naar **medianest.be**: je vindt er bakken info over alle mogelijke media, veelgestelde vragen en geruststellende tips.

Kortom, je kan er alleen maar wijzer van worden.

CIJFERS

1 2 3

1. DEELNEMERS AAN HET ONDERZOEK

MEDIAVAARDIGHEDEN %	*	**	**	**	**
Zelfstandig media-activiteiten uitvoeren	8	7	17	36	32
Op de hoogte zijn van de nieuwste ontwikkelingen op mediagebied	18	23	30	20	9
Mediavaardigheid	10	19	34	28	9

Tabel 1: Mediavaardigheden

2. SCHERMTIJD! WAT, WAAR EN WANNEER?

TOESTEL %	KEUKEN	LIVING	SLAAPKAMER	TOILET	AUTO	ANDERE PLAATS IN HUIS	BUITENS- HUIS
Vaste computer	3	65	0	0	0	23	10
Laptop	9	85	1	0	0	4	1
Smartphone	5	62	4	0	8	1	25
Televisie	0	99	0	0	0	1	0
Radio	20	53	5	1	20	1	1
Tablet	8	82	4	0	2	1	4
Kindercomputer / tablet	1	67	7	0	7	6	12
Spelconsole	1	88	5	0	1	2	2

Tabel 3: Waar kijkt je kind naar schermen?



TOESTEL	%	1STE CONTACT?
Vaste computer	13	3,25 jaar
Laptop	31	3,30 jaar
Gewone gsm	2	2,82 jaar
Smartphone	63	2,6 jaar
Televisie	84	1,08 jaar
Radio	23	1,17 jaar
Tablet	66	2,69 jaar
Kindercomputer/tablet	15	3,16 jaar
Spelconsole	18	4,71 jaar
Smart watch	1	5,75 jaar
Virtual reality	1	5,17 jaar
Smart speakers	1	3,75 jaar
Connected toys	2	3,00 jaar
Geen van bovenstaande	1	-

Tabel 2: Gebruik en eerste contact



GEBRUIK GEWONE WEEKDAG	%
Voor de crèche of school	26
Voor het avondeten	45
Tijdens het avondeten	6
Na het avondeten	55
Vlak voor bedtijd	32

Tabel 4: Wanneer kijkt je kind naar schermen?

3. WAT VINDEN ZE LEUK? WAT KUNNEN ZE GOED?

%	NOOIT	< WEKELIJKS	WEKELIJKS	DAGELIJKS
Videobellen	55	36	7	2
Telefoneren	41	44	14	1
Chatten	97	2	0	0
Berichten sturen	89	9	2	0
Spraakopdrachten	92	6	1	0
Gamen	45	27	19	9
Speelgoed programmeren	87	12	1	0
Digitale kleurplaten inkleuren	51	34	14	1
Filmpjes of video bekijken	3	17	38	42
Muziek beluisteren	19	22	33	25
Vloggen	97	2	1	0
Foto's maken	37	42	18	3
Filmpjes maken	71	22	7	0
Informatie opzoeken	79	12	7	2
Digitale boeken lezen	86	10	4	0

Tabel 5: Hoe vaak kijkt je kind naar schermen?

	%
Digitale kleurplaten (n=236)	78
Foto's maken (n= 304)	76
Filmpjes of video's bekijken (n=475)	72
Filmpjes maken (n=142)	62
Gamen (n=265)	54
Spraakopdrachten (n=40)	53
Speelgoed programmeren (n=64)	45
Berichten sturen (n=52)	44
Vloggen (n=14)	43
Muziek beluisteren (n=394)	42
Digitale boeken lezen (n=66)	38
Informatie opzoeken (n=101)	27
Telefoneren (n=286)	17
Videobellen (n=223)	16
Chatten (n=14)	14

Tabel 6: Wat kan je kind zelfstandig?





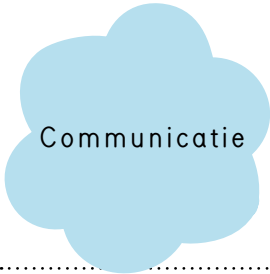
Muziek

	%
Spotify	15
Google Play Music	2
YouTube	49
YouTube Kids	23
iTunes	1
Apple Music	2
Radiowebsites en radio apps	6
Geen van bovenstaande	11



Video

	%
Netflix	35
Ketnet	39
YouTube	73
YouTube Kids	33
Stievie	1
Yelo of Proximus TV	9
Popcorntime	0
Geen van bovenstaande	3



Communicatie

	%
SMS	2
Facebook Messenger	9
Whatsapp	26
Google Hangouts	1
Snapchat	1
Instagram	0
Skype	7
Facetime	10
E-mail	0
Chatfunctie in game	0
Geen van bovenstaande	25

Tabel 7: Favoriete apps

4. MEDIAOPVOEDEN: HOE MOET DAT EIGENLIJK?

IK VRAAG ME SOMS AF... %	MAN	VROUW
Wat mijn kind online doet.	5	5
Welke inhouden geschikt zijn voor mijn kind en welke (nog) niet.	29	25
Of mijn kind te veel naar een scherm kijkt.	60	50
Of mijn kind te veel gamet.	10	9
Of het ok is dat er foto's van mijn kind online staan.	26	24
Of het kwaad kan dat mijn kind nieuws ziet of hoort waar het te jong voor is.	14	24
Hoe ik kan voorkomen dat mijn kind per ongeluk op de ongeschikte inhouden botst.	29	40
Of het een probleem is dat ik niet zo goed mee ben met de nieuwste trends.	10	17
Welke gegevens van mijn kind online te vinden zijn.	10	19
Welke gegevens mijn kind online deelt.	2	5
Welke informatie er over mijn kind verzameld wordt door bedrijven.	17	18
Wat het effect is van online reclame op mijn kind.	26	24
Hoe ik privé-informatie over mij of mijn kind kan bewaken online.	19	19
Hoe ik kan vermijden dat mijn kind overstuur geraakt als het tijd is om te stoppen met schermkijken.	12	26
Waar ik terecht kan met vragen over schermgebruik of schermtijd.	7	11
Waar ik geschikte apps kan vinden voor mijn kind.	21	28

Tabel 8: Vragen en bezorgdheden



WAAR KAN IK TERECHT VOOR ANTWOORDEN OP DEZE VRAGEN?	%
Vrienden, kennissen of familie	50
Andere ouders	42
De leerkracht op school of medewerker van de opvang	9
Sociale media of blogs van ouders die ik niet persoonlijk ken	31
Zoekmachines	35
Informatieve websites	30
Opvoedingswebsites	25
Magazines	28

Tabel 9: Waar kan je terecht?

IS DEZE STELLING VAN TOEPASSING OP JOUW GEZIN? %	NEE	SOMS	Ja
Ik vind een goede balans tussen schermtijd/geen schermtijd belangrijk.	1	5	94
Ik leer mijn kind dat het naar mij moet komen als er een probleem is.	6	3	91
Ik herinner mijn kind aan de afspraken over schermen als het zich er niet aan houdt.	7	6	87
Ik hou een oogje in het zeil als mijn kind media gebruikt.	4	18	78
Gewoon speelgoed is beter voor mijn kind dan schermen.	3	22	75
Ik maak duidelijke afspraken met mijn kind over schermen.	8	21	71
Als mijn kind ergens mee vastzit toon ik hoe het dit kan oplossen.	11	23	66
Ik kies apps of websites met kindvriendelijke inhoud.	21	22	57
Ik zet een limiet op het schermgebruik van mijn kind.	26	25	49
Als het mogelijk is, stel ik een leeftijdsgrens in.	42	13	45
Ik zoek en installeer samen met mijn kind nieuwe apps.	40	24	36
Mijn kind heeft moeite om uit zichzelf te stoppen als het met media bezig is.	33	31	36
Ik game samen met mijn kind of we kijken samen naar een filmpje.	18	48	34



	NEE	SOMS	JA
Mijn kind doet dingen na uit media die het online zag.	28	42	30
Ik geef zelf het goede voorbeeld als het gaat over schermgebruik.	18	53	29
Mijn kind leert interessante dingen online.	16	61	23
Ik vind schermen handig als zoethoudertje voor mijn kind.	15	64	21
Mijn kind heeft meer contact met anderen dankzij apps zoals skype en whatsapp.	65	16	19
Ik gebruik software waarmee ik beperkingen kan instellen.	70	12	18
Een scherm is handig als beloning.	52	31	17
Ik maak afspeellijsten met geschikte video's voor mijn kind.	76	12	12
Ik controleer de zoekgeschiedenis van mijn kind.	77	12	11
Mijn kind is wel eens bang van iets wat het online zag.	73	18	9
Mijn kind helpt mij als ik een probleem heb.	78	16	6
Mijn kind valt moeilijk in slaap na schermgebruik.	85	11	4
Een scherm is handig om mijn kind in slaap te laten vallen.	97	2	1
Mijn kind heeft wel eens per ongeluk geld uitgegeven online.	98	0	2

Tabel 10: Is deze stelling van toepassing op jouw gezin?

5. VIJF TYPES OUDERS



	aantal %	GESLACHT %		GEMIDDELTE LEEFTIJD
		MAN	VROUW	
Mediabolleboos	20	11	89	36 jaar
Mediatwijfelaar	18	3	97	36 jaar
Mediaoptimist	27	11	89	37 jaar
Mediarealist	26	11	89	36 jaar
Mediaopportunist	9	15	85	35 jaar

Tabel 11: Vijf types ouders

Waarden

	MEDIA- BOLLEBOOS	MEDIA- TWIJFELAAR	MEDIA- OPTIMIST	MEDIA- REALIST	MEDIA- OPPORTUNIST
Mediavaardigheid	Hoog	Laag	Laag	Gemiddeld	Laag
Kindvriendelijke inhoud	Belangrijk	Niet belangrijk	Niet belangrijk	Belangrijk	Niet belangrijk
Balans schermtijd	Belangrijk	Belangrijk	Niet belangrijk	Belangrijk	Niet belangrijk
Leeftijdsgrens	Ja	Nee	Nee	Ja	Nee
Internet = meerwaarde	Ja	Nee	Ja	Nee	Ja
Controle	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee
Scherf is beloning	Ja	Nee	Ja	Nee	Ja
Afspraken	Ja	Soms	Ja	Soms	Nee

Tabel 12: Waarden

BRONNEN

- Anderson, D. R., & Pempek, T. A. (2005). Television and very young children. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 505-522. doi:10.1177/0002764204271506
- Cristia, A., & Seidl, A. (2015). Parental Reports on Touch Screen Use in Early Childhood. *PLOS ONE*, 10(6). doi:10.1371/journal.pone.0128338
- Devlieger, R., Martens, E., Martens, G., Van Mol, C., & Cammu, H. (2017). Jaarrapport 2017 Studiecentrum Perinatale Epidemiologie. Geraadpleegd van <https://www.zorg-en-gezondheid.be/belangrijkste-trends-in-geboorte-en-bevalling>
- Elias, N., & Sulkin, I. (2017). YouTube viewers in diapers: An exploration of factors associated with amount of toddlers' online viewing. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(3).
- Erikson Institute. (2016). Technology and Young Children in the Digital Age. Geraadpleegd van <https://www.erikson.edu/wp-content/uploads/2018/07/Erikson-Institute-Technology-and-Young-Children-Survey.pdf>
- Götz, M., Lemish, D., Aidman, A., & Moon, H. (2003). The role of media in children's make-believe worlds. *Television*, 16(1), 28-39.
- He, M., Irwin, J. D., Bouck, L. M. S., Tucker, P., & Pollett, G. L. (2005). Screen-viewing behaviors among preschoolers: parents' perceptions. *American journal of preventive medicine*, 29(2), 120-125.
- Jiménez, A. G., García, B. C., & de Ayala, M. C. L. (2016). Adolescents and YouTube: Creation, participation and consumption. *Revista Prisma Social*, 60-89.
- Lauricella, A. R., Wartella, E., & Rideout, V. J. (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 36, 11-17.
- MediaNest (2019). Van Emoji's tot sexting: Over opvoeden in een medianest. Gent: Borgerhoff & Lambergits.
- Netwerk Mediawijsheid (2016). Iene Miene Media: Een onderzoek naar mediagebruik door kleine kinderen. Geraadpleegd van <https://www.mediaukkiedagen.nl/wp-content/uploads/sites/2/2016/04/Rapportage-IeneMieneMedia-2016.pdf>
- Nikken, P. (2019). Iene Miene Media: Een review van het mediagebruik van kinderen tussen de 0 en 6 jaar in Nederland sinds 2012. Hilversum/Zwolle: Netwerk Mediawijsheid / hogeschool Windesheim.
- 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.

COLOFON

COPYWRITER

Frie Van der Planken – Tistezeggen

VORMGEVING

Nele Balcaen – Studio Ent

ILLUSTRATIES

Jasper Van Gestel

ONDERZOEKSTEAM

Hadewijch Vanwynsberghe (Mediawijs)

Wouter de Bonte (Student UGent)

Kimberly Vermeulen (Student UGent)

MEDIANEST Team

Elke Boudry

Karen Linten

Bert Pieters

SPECIALE DANK

Aan alle ouders die deelnamen aan het onderzoek

MEER INFO

www.MediaNest.be

Facebook: @MediaNestBe

Instagram: medianest.be

V.U.: Andy Demeulenaere, Kantersteen 10, 1000 Brussel

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

