

# **Kwaliteitscriteria van ouders voor kinderprogramma's**

De invloed van maatschappelijke veranderingen op gehanteerde kwaliteitscriteria

## Kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's

Een onderzoek naar de invloed van maatschappelijke veranderingen op de gehanteerde kwaliteitscriteria van ouders voor kinderprogramma's

Naam: Joost Gijzel (314560)  
E-mailadres: 314560jg@eur.nl / joostgijzel@hotmail.com  
Universiteit: Erasmus Universiteit Rotterdam  
Faculteit: Erasmus School of History, Culture and Communication  
Begeleider: Prof. dr. P. Nikken  
Tweede lezer: Dr. M.N.M. Verboord  
Datum: augustus 2013

---

## Voorwoord

### *..de laatste loodjes wegen het zwaarst..*

Dat klopt als een bus.

Nu ben ik altijd al iemand geweest van vooruitschuiven, maar mijn scriptie was toch wel het toppunt. Ik ben dan ook erg blij dat nu eindelijk het moment is gekomen dat ook ik kan zeggen dat mijn studietijd (bijna) achter mij ligt. Enkele jaren geleden begon deze tijd in Utrecht, met een Bachelor Communicatie- en Informatie Wetenschappen in Nieuwe Media, om te eindigen in Rotterdam met een Master in Media Studies.

Na twee jaar begon het laatste traject waar ik redelijk tegenop zag, de master thesis. Nu heb ik iets met kinderen en met televisie. De voorkeur voor een scriptie waarin ik jeugd en televisie met elkaar kon verbinden stond dan ook snel vast. Maar hoe ik dit ging invullen, geen idee. Gelukkig bood een goed gesprek (zoals er later vele gingen volgen) met mijn eerste begeleider hier soelaas. Besloten werd dat ik zou gaan onderzoeken in hoeverre een onderzoek uit halverwege jaren negentig rondom kwaliteit van kinderprogramma's nu nog zou gelden. Vol ijver begon ik, maar kwam ik er al snel achter dat ik moest vermijden dat dit een onderzoek zou worden uit de categorie 'open deur'.

Al snel kwam ik tot de conclusie dat ik me behoorlijk vergist had in de hoeveelheid werk. Maanden verder had ik pas eindelijk alle interviews en enquêtes uitgewerkt en ontstond er een soort cohesie in de scriptie. Uit het niets zag ik ineens de grote lijn, en begon het schrijfproces weer. Na twee keer opnieuw te zijn begonnen en een intensieve eindsprint, is het einde in zicht.

Uiteraard wil ik enkele personen bedanken. Als eerste mijn eerste begeleider drs. Allerd Peeters. Hij heeft heel wat te stellen gehad met mijn 'uitstelgedrag', incomplete ideeën en loze beloftes. Hij bleef echter waardevolle feedback geven, wist mij te motiveren en stuurde me in de goede richting. Daarnaast ook prof. dr. Peter Nikken, die mij als tweede begeleider het laatste jaar goed wist te sturen en mij er doorheen heeft geholpen. Natuurlijk alle schoolouders en andere medewerkers aan het onderzoek. Zonder hun input, die soms qua tijd onmogelijk was, zou dit onderzoek er niet zijn geweest. Bedankt voor jullie inzet en het bieden van de mogelijkheid. Ook mag ik mijn ouders, familieleden en vrienden niet vergeten, die mij er vaak genoeg fijntjes aan wisten te herinneren dat ik naast mijn huis verbouwen, mijn eigen onderneming en nieuwe baan óók nog een thesis had liggen. Ook hebben velen gefungeerd als klankbord of sparringpartners. Mijn dank is groot en jullie leedvermaak nu 'helaas' ten einde.

Tot slot mijn vriendin, partner en grote liefde; zij wist mijn enthousiasme voor dit onderwerp aan te blijven wakkeren, gaf me focus en zorgde vaak genoeg voor de figuurlijke 'schop onder mijn kont' die mij er uiteindelijk toe heeft gezet om dit stuk af te schrijven. Lieverd, bedankt!

Nu het laatste loodje.

Is alles wel goed, heb ik het juist verwoord, staat er ook wat ik bedoel en geeft het antwoord op wat ik wil weten? Allemaal vragen die ik nog steeds moeilijk vind om te beantwoorden. Alles nogmaals controleren, want er zit al zoveel tijd in dat het nu zonde is om te besparen. Maar dit is het, meer kan ik er niet van maken. En ik ben er, uiteindelijk, best trots op.

Eemnes, augustus 2013

Joost Gijzel

## Samenvatting

*In deze thesis is er onderzoek gedaan naar de kwaliteitscriteria die ouders in 2013 hanteren voor kinderprogramma's. Uit voorgaand onderzoek van Nikken et al. (1999) kwamen zeven kwaliteitscriteria naar voren. Uit onderzoek blijkt dat continue verandering ervoor zorgt dat er geen universele maatstaf is die voor eens en altijd geldend is (Rydin, 2003; Simpson, 2004). Tevens blijkt dat elke generatie op een andere manier heeft leren omgaan met media (Buijzen, Bomhof & Schuurman, 2008; Bottelberghs, 2007; De Haan & Pijpers, 2010). Dit zou ervoor kunnen zorgen dat kwaliteitscriteria door verschillende generaties ook verschillend worden bepaald en dat mogelijke maatschappelijke veranderingen hier invloed op hebben.*

*Om na te gaan welke kwaliteitscriteria ouders nu hanteren en een vergelijking te kunnen maken met de criteria van Nikken (1999), is er gestart met een vooronderzoek onder dertig ouders om criteria spontaan vast te laten stellen. Hieruit volgde een lijst met criteria welke steekproefsgewijs aan een groep moeders (n=150) is voorgelegd, en waarbij hen gevraagd is om de criteria te beoordelen.*

*Na een factoranalyse van de resultaten bleek dat de criteria, op een criterium na, niet gewijzigd zijn in vergelijking tot de criteria uit het onderzoek van Nikken (1999). Ook bleek dat de waardering van ouders voor criteria nauwelijks zijn veranderd in vergelijking tot 1999. Als relatief belangrijkste criterium werd gesteld dat een programma (1) amuserend moet zijn. Hierna volgde de criteria (2) onschadelijkheid en (3) begrijpelijkheid. Relatief minder belangrijk werden (4) educatief en (5) betrokkenheid gevonden. Als relatief minst belangrijke criteria werden (6) esthetische kwaliteit en (7) aanwezigheid van rolmodellen genoemd.*

*Uit het literatuuronderzoek kwamen enkele factoren naar voren die mogelijk ouders beïnvloeden in hun meningsvorming, zoals een veranderende gezinssituatie, verandering in mediaopvoeding en media gebruik en verandering in het medialandschap. De onderzoeksgroep heeft in het vooronderzoek en de steekproef contextuele vragen beantwoord die mogelijk de kwaliteitscriteria van ouders konden duiden.*

*Na een regressie analyse van de resultaten blijkt dat gezinssituaties (samenstelling gezin, arbeidsparticipatie en -frequentie van ouders), de mate van mediaopvoeding en het mediagebruik (het geven van mediaopvoeding, het op de hoogte zijn van wat kinderen zien en de mate van mediagebruik) en medialandschap (toegang tot programma's, kwantiteit in programma's en technische mogelijkheden) factoren zijn die maatschappelijke verandering ondergaan, en waarvan kan worden geconcludeerd dat ze beperkte invloed hebben op de meningsvorming van ouders over kwaliteitscriteria. De factoren zijn voornamelijk van invloed op elkaar en ook op de ouders, maar zijn geen doorslaggevende factor voor grote verandering in het gebruik van criteria en de waardering daarvan.*

*Uit het onderzoek blijkt dan ook dat de gehanteerde kwaliteitscriteria, en de waardering van deze criteria ten aanzien van kinderprogramma's, niet veranderd zijn. Maatschappelijke factoren creëren de omgeving en voorwaarden waarin de huidige ouders hun mening vormen maar zijn slechts beperkt van invloed op de criteria die ouders hanteren. Deze thesis concludeert dan ook dat er geen 'verlooptermijn' zit op de kwaliteitscriteria die ouders hanteren voor kinderprogramma's; kwaliteitscriteria van kinderprogramma's zijn dus niet tijd- en generatie afhankelijk.*

# Inhoud

Voorwoord

Samenvatting

Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Theoretische achtergrond</b>	<b>4</b>
2.1	Het bepalen van kwaliteit	4
2.2	Het meten van kwaliteit	6
2.3	Problematiek	8
2.4	Maatschappelijke verandering in factoren	9
2.4.1	Verandering in gezinssituatie	9
2.4.2	Verandering in mediaopvoeding	11
2.4.3	Verandering in medialandschap	14
2.5	Conclusie	18
2.5.1	Vraagstelling	19
<b>3</b>	<b>Methode van onderzoek</b>	<b>20</b>
3.1	Onderzoeksopzet	20
3.1.1	Respondenten en methode	21
3.1.2	Spontaan genoemde criteria	22
3.1.3	Contextfactoren die spontane uitkomst duiden	24
3.2	Stap 2: methode hoofdonderzoek	27
3.2.1	Respondenten en methode	27
<b>4</b>	<b>Resultaten hoofdonderzoek</b>	<b>31</b>
4.1	Kenmerken en contextfactoren	31
4.2	Wenselijke kenmerken kinderprogramma's	32
4.3	Conclusie gehanteerde kwaliteitscriteria	35
4.4	Conclusie contextfactoren	36
<b>5</b>	<b>Conclusie onderzoek</b>	<b>45</b>
5.1	Conclusie	45
5.2	Discussie en aanbeveling	50

Literatuur en bronnen	54
Bijlagen	56
Bijlage 1: gesprekslijst	57
Bijlage 2: enquête	63
Bijlage 3: resultaten interview	73
Bijlage 4: resultaten steekproef	95
Bijlage 5: SPSS Analyses	120

## 1 Inleiding

### 1.1 Kindertelevisie, kwaliteit of nostalgie?

Ben je opgegroeid in de jaren vijftig, dan waren het Swiebertje en Pipo. In de jaren zestig had je “Ja zuster, Nee zuster”. Geboren in de jaren zeventig? Dan ben je waarschijnlijk wel bekend met de Berenboot. Opgegroeid in de jaren tachtig, dan heb je Lassie vast wel eens gezien, weet je wie mijnheer Kaktus is en ken je alle grappen van Bassie en Adriaan. En in de jaren negentig had je “de Droomshow”, Telekids en de pratende hond Samson. Maar wat vonden je ouders van jouw kinderprogramma’s? Mocht je alle programma’s kijken? En als je nu zelf als ouder naar jouw oude kinderprogramma’s kijkt, wat vind je er dan nu van?

Terugkijkend op zijn of haar eigen jeugd kunnen de meeste ouders beamen dat televisie kijken zich kenmerkte als een familie activiteit. Gezamenlijk werd er op vaste tijden naar een beperkt aantal uitgezonden kinderprogramma’s gekeken, waarbij de ouders direct en indirect het kijkgedrag van hun kind konden beïnvloeden. Tegenwoordig hebben kinderen keuze uit een veel groter aanbod programma’s. Kinderprogramma’s zijn een commerciële markt er is een blijvende groei in onder andere kinderblokken op televisie en afspeelkanalen op internet. Ook kunnen kinderprogramma’s via de pc, smart Phone of tablet op ieder moment van de dag worden afgespeeld en bekeken. Door de toename in aanbod en technische mogelijkheden verschuift het televisiekijken van een overzichtelijke gezinsactiviteit steeds meer naar een individuele bezigheid van het kind. Ook is er een verschuiving in de opvoeding waarneembaar, waar kinderen steeds meer als een gelijke worden gezien (Valkenburg, 2002). Daar komt bij dat de gezinssituaties van kinderen veranderlijk zijn. Er is in de laatste twintig jaar een groeiend aantal eenouder gezinnen en ouders werken vaker en meer (Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS], 2012). Dit bemoeilijkt het ouderlijk toezicht en de oordeelsvorming van ouders over het kinderprogramma. Door de toenemende mogelijkheden van kinderen om alleen televisieprogramma’s te kijken, neemt tevens de kans toe dat kinderen-volgens ouders-ook ongeschikte programma’s kijken van mindere kwaliteit.



Maar wat vinden ouders dan ‘geschikt’, wat verstaan ze onder ‘kwaliteit’ in een kinderprogramma? Hoe bepalen ouders dat en welke criteria hanteren ze dan? Gaan ze hierbij uit van hun eigen mening, die van de kinderen, of zijn er andere factoren die invloed hebben? Een mening wordt onder andere gebaseerd op eigen waarneming en referentiekader, en daarmee kunnen we stellen dat de bepaling van welke kwaliteitscriteria ouders zelf hanteren (en het belang daarvan) voor een groot deel subjectief is. Om de gehanteerde kwaliteitscriteria van ouders toch inzichtelijk te maken, heeft de onderzoeker Peter Nikken halverwege jaren negentig diverse onderzoeken uitgevoerd. Uit zijn proefschrift in 1999 blijkt dat het mogelijk is om uit te gaan van zeven objectieve kwaliteitscriteria die ouders hanteren voor kinderprogramma’s. Echter stellen Rydin (2003) en Simpson (2004) dat continue verandering in de maatschappij ervoor zorgt dat er geen maatstaf is die voor eens en altijd geldt. Het onderzoek van onder andere Buijzen, Bomhof en Schuurman (2008), Bottelberghs (2007) en De Haan en Pijpers (2010) sluit hier op aan, want zij stellen dat iedere generatie op een andere manier heeft leren omgaan met media en dat kwaliteitscriteria door verschillende generaties ook verschillend worden bepaald. Het is dan ook mogelijk dat de kwaliteitscriteria die Nikken heeft gedestilleerd in de loop van de tijd zijn veranderd. Het hanteren van eenduidige kwaliteitscriteria voor kinderprogramma’s lijkt dan ook problematisch omdat je al snel appels met peren vergelijkt. Aangezien het onderzoek van Nikken ruim 15 jaar geleden is uitgevoerd en er sindsdien in onze maatschappij en dagelijks leven veel is veranderd, is het mogelijk dat de gehanteerde criteria en de toenmalige waardering achterhaald zijn.

Het helder hebben van welke kwaliteitscriteria ouders nu hanteren voor kinderprogramma’s, welk belang zij hieraan hechten en hoe deze criteria tot stand komen is van groot belang voor diverse zaken. Zo kan meer kennis over de kwaliteitscriteria bijdragen aan een verbetering van (toekomstige) kinderprogramma’s: programmamakers kunnen het programma-aanbod van kinderen verbeteren als ze weten wat goed wordt ontvangen bij zowel de jonge kijkers als de ouders. Dit is belangrijk voor de omroepen, aangezien programma’s in toenemende mate worden afgerekend op kijkcijfers (Van Dijck, 2002; NTR, z.j.). Ook kan meer inzicht in kwaliteitscriteria leiden tot het ontwikkelen van instrumenten waarmee we de kwaliteit van programma’s beter kunnen meten. Daardoor zouden

ouders betere keuzes kunnen maken in waar hun kinderen naar kijken en kunnen kinderprogramma's vaker gebruikt worden in het onderwijs (Nikken, 1999). Tevens draagt kennis van kwaliteitscriteria er aan bij dat omroepen, zendercoördinatoren en beleidsmakers een systeem hebben waarmee zij kinderprogramma's kunnen classificeren en onder andere bepalen op welk tijdstip het kinderprogramma wordt uitgezonden binnen hun programmering. Zo bepaalt het classificatiesysteem 'Kijkwijzer' de schadelijkheid van een programma. Dit kan er voor zorgen dat een programma dat schadelijker is voor jonge kinderen daarom later op de avond wordt uitgezonden (Stichting Kijkwijzer, z.j.) Tot slot kunnen bepaalde kwaliteitscriteria een eis zijn voor financiële steun of subsidie van een omroep, productiemaatschappij of overheid.

Gezien deze relevantie is het dan ook opmerkelijk dat er weinig recent onderzoek is gedaan naar de huidige kwaliteitscriteria van ouders voor kinderprogramma's. Dit onderzoek probeert in kaart te brengen welke criteria ouders nu hanteren, in hoeverre de gestelde criteria van Nikken (1999) nog gelden en welke waardering ouders hebben voor deze criteria. Ook gaat dit onderzoek in op mogelijke factoren die hier invloed op hebben. De vraag die hierbij centraal staat is:

*Welk belang hechten ouders aan kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's en welke factoren spelen hier een rol in?*

Om deze vraag te beantwoorden zal er in hoofdstuk 2 gestart worden met een literatuuronderzoek naar wat er onder kwaliteit wordt verstaan, hoe dit meetbaar is en wat de resultaten zijn uit eerder onderzoek. Ook zal er in kaart gebracht worden welke factoren er vanuit de literatuur worden aangedragen die mogelijk van invloed zijn op de keuze en hantering van de criteria. In hoofdstuk 3 zal de onderzoeksmethode worden beschreven.

## 2. Theoretische achtergrond

### 2.1 Het bepalen van kwaliteit

Wat ouders onder kwaliteit verstaan hangt af van de criteria die ouders hanteren en welk belang zij daar aan hechten. Kwaliteit wordt gezien als “de mate waarin men iets goed vindt” en is subjectief. De definitie van ‘goed vinden’ verschilt dan ook per persoon, omdat elk individu bij de beoordeling voornamelijk uitgaat van zijn of haar eigen referentiekader.

Het referentiekader wordt onder andere bepaald door de tijd, cultuur en samenleving waarin iemand leeft. Zo heerste er in Nederland in de jaren vijftig een andere samenleving met andere gewoonten, regels, normen en waarden dan in 2013, en zit er een verschil in gezinscultuur tussen een Nederlands en Turks gezin. Het referentiekader geeft elk individu een persoonlijk uitgangspunt dat wordt gecreëerd door een geheel van onder andere kennis, gewoonten, regels, normen, waarden en opvattingen van waaruit men een beoordeling maakt of iets goed of slecht is (Rydin, 2003; Lemish, 2007; Pecora, Murray & Wartella, 2007). Naast het referentiekader plaatsen ouders hun meningsvorming veelal in een gemeenschappelijke gedeelde opvatting; de sociale identiteit die men weergeeft naar ‘de ander’ is van grote waarde. We kunnen de meningsvorming van ouders dan ook beter zien als een sociale constructie waar, in een netwerk van betekenissen, gedeelde opvattingen worden uitgewisseld (Hall, 1997; Mankowski & Wyer, 1996). Ieder netwerk heeft haar eigen interpretaties: kwaliteitsduiding is hierdoor per netwerk (ook wel ‘subcultuur’) anders (Fiske, 1988). Zo vindt er bijvoorbeeld in een subcultuur waarin een hiërarchische relatie een rol speelt (ouder-kind, verzorger-kind, leraar-leerling, et cetera) ook een pedagogische overweging plaats bij het bepalen van kwaliteit (Brown, 2008). De generatie, cultuur, samenleving waarin een ouder is opgegroeid en deze nu leeft, zijn dus van invloed op het referentiekader van een ouder. Het is dan ook aannemelijk dat de referentiekaders van ouders verschillen en dat ouders dus verschillen in wat zij onder kwaliteit verstaan.

Naast hun eigen referentiekader zijn er ook andere bronnen die ouders gebruiken in hun meningsvorming rondom criteria: zij gebruiken bijvoorbeeld het

advies van instituties (zoals Kijkwijzer) en overleggen met derden, ze participeren in het kijkproces, en gaan uit van de situatie en mening van hun kind. Aangezien dagelijkse bezigheden van ouders veel tijd in beslag nemen, tijd waarin de kinderen zich vervolgens zelf moeten vermaken, komt het steeds vaker voor dat de televisie wordt ingezet als surrogaat-ouder: het houdt de kinderen bezig wanneer de ouders dit niet kunnen (Valkenburg, 2002). Omdat ouders dan niet zelf kunnen bepalen of een programma geschikt is, maken ouders mogelijk steeds vaker gebruik van classificatiesystemen als Kijkwijzer. De beoordeling van de kwaliteit van kinderprogramma's laten zij hier vaak en vol vertrouwen vanaf hangen (Roberts, Foehr, Rideout & Brodie, 1999). Ouders bepalen de kwaliteit van een programma wellicht ook door af te gaan op informatie uit een televisiegids, uit gesprekken met andere ouders of door informatie van instituties. Echter is de effectiefste manier om objectief de kwaliteit te bepalen het zelf kijken of meekijken met kinderen naar een programma (Nikken, 2002). Door actief mee te kijken zijn ouders bekend met de inhoud van het programma, met de tijdsduur en met de reclames die tijdens het programma getoond worden (De Boer & Brenneke, 1998; Hansen, 2002). Pas wanneer de ouders het programma gezien hebben zoals hun kinderen dit zien is er geen sprake van een vertaalslag door een informatiebron. Echter schuilt in meekijken wel een gevaar, want als kinderen enthousiast zijn, worden ouders dit vaak ook. Muffoletto (2007) en Simpson (2004) stellen dat de mening van het kind namelijk zelf de grootste factor is die ouders beïnvloedt in hun beoordeling over een kinderprogramma:

*'It is important that we acknowledge the growing media wisdom and intelligence of the child. This knowledge has the biggest influence on us as adults' (Simpson, 2004, p. 94).*

Muffoletto (2007) stelt dat deze invloed zo groot is, omdat het de eigen kinderen van ouders betreft. Het is het ouderinstinct dat het beste voor het kind wil en dat ervoor zorgt dat ouders geneigd zijn eerder toe te geven en mee te gaan in de mening van de kinderen. Zelfs wanneer deze mening afwijkend is van de eigen mening. Bij meekijken schuilt dus het gevaar dat ouders zich mogelijk teveel laten beïnvloeden en daardoor hun eigen eisen verlagen. We kunnen dan ook

concluderen dat niet alleen kwaliteit zelf subjectief is, maar ook de bepaling van welke kwaliteitscriteria ouders hanteren (en het belang daarvan) is subjectief. Door verschillen in generatie, cultuur en samenleving hebben ouders een verschillend referentiekader waar vanuit zij kwaliteit beoordelen. Daarnaast zijn er verschillende bronnen die ouders gebruiken in hun meningsvorming over kwaliteit. Door de vele bronnen/factoren die invloed hebben wordt het meten van kwaliteit van een kinderprogramma dan ook bemoeilijkt.

## 2.2 Het meten van Kwaliteit

Ondanks dat kwaliteit subjectief is stelt Nikken (1999) dat het wel mogelijk is om consensus te vinden voor de criteria waarmee kwaliteit wordt bepaald. Deze basiswaarden creëren een perspectief vanuit waar de kwaliteit van kinderprogramma's objectief kan worden bekeken en gemeten, zelfs wanneer deze programma's door verschillende ouders zijn bekeken (Livingstone & Bovill, 2001; Strasburger & Wilson, 2002; Rydin, 2003).

In het proefschrift van Nikken "Quality in Children's Television" (1999) wordt gebruik gemaakt van de volgende drie stappen om inzicht te krijgen in welke kwaliteitscriteria men voor kinderprogramma's hanteert:

- I. Via een kwalitatieve voorstudie een zo uitgebreid mogelijk overzicht krijgen van kwaliteitsmaatstaven die men spontaan hanteert.
- II. Door middel van een factor analytische aanpak duidelijk maken welke onafhankelijke maatstaven hieruit kunnen worden gedestilleerd.
- III. Door een beoordelaargroep aan elke kwaliteitsmaatstaf een waarde te laten toekennen.

In het proefschrift maakt Nikken (1999) gebruik van meerdere studies die hij heeft gedaan, waaronder studies naar de kwaliteitscriteria van moeders, kinderen en programmamakers. In een vierde studie heeft hij de gevonden criteria in de praktijk gebracht, door een inhoudsanalyse toe te passen op de recensies ( $n=401$ ) van kinderprogramma's die tussen 1987 en 1996 zijn verschenen. De onderzoeken die Nikken heeft uitgevoerd, hadden meerdere doelen:

- Typen kwaliteitscriteria benoemen en de mate waarin men het er mee eens was ontdekken (hypothese: hoe hoger de mate dat men het er mee eens was, hoe belangrijker).
- Onderzoeken of de criteria voor kinderprogramma's voor vier verschillende groepen van beoordelaars gelijk zijn.

Nikken (1999) heeft bij de ouders eerst een kwalitatief onderzoek afgenomen: discussiegroepen met zes groepen ouders (N=50). Voorafgaand noemden de ouders spontaan twee goede en twee slechte programma's. De vaakst genoemde programma's (vier in totaal) waren het uitgangspunt van de discussie. In totaal werden spontaan elf soorten criteria genoemd volgens analyse van de discussies.

Hierna volgde een kwantitatief onderzoek onder een groep respondenten (n=357) die een of meer kinderen in de leeftijd van drie tot twaalf hadden. Voor dit onderzoek werden er per criterium vier uitspraken genoteerd in de vorm van een stelling. In totaal waren er vier programmasoorten waarbij de respondenten de vierenveertig (11x4) stellingen per soort moesten beoordelen.

Na het toepassen van een componentenanalyse bleven zeven criteria over:

- begrijpelijkheid;
- esthetische kwaliteit;
- betrokkenheid;
- amusement;
- onschadelijkheid;
- geloofwaardigheid;
- aanwezigheid van rolmodellen.

Uit het onderzoek kwam ook naar voren dat hoe ouder het kind is, hoe geloofwaardiger het programma moet zijn, en dat de criteria genre afhankelijk zijn. Tevens prefereren laag opgeleide moeders amusement meer dan hoog opgeleide moeders.

Het onderzoek dat Nikken (1999) heeft uitgevoerd, heeft hij opgesteld naar aanleiding van een uitgebreid literatuuronderzoek. Hij constateerde meerdere hiaten in deze onderzoeken. Zo is er bijvoorbeeld weinig nadruk gelegd op het verschil in kwaliteitscriteria tussen de verschillende belangengroepen (ouders,

kinderen, televisiemakers en recensenten). Naar aanleiding van de verschillende hiaten heeft Nikken een aantal aanbevelingen opgesteld waaraan toekomstig onderzoek zou moeten voldoen. Zijn eigen onderzoeken, zoals beschreven in het proefschrift, voldoen aan deze criteria:

- Visie van andere groepen dan alleen 'de kinderen' nodig.
- Specifiek maken naar genres van programma's, niet naar criteria over alle programma's samen.
- Er zijn kwalitatieve studies nodig om inhoudelijk in te kunnen gaan op waarom ouders welke keuze maken.
- Toevoeging van factoranalyse is van belang: vaststellen van de criteria die overblijven na de spontaan genoemde criteria.
- Meten wat het belang van elk criterium is.

### 2.3 Problematiek

We kunnen ons afvragen in hoeverre de criteria die zijn opgesteld door Nikken (1999) nu nog gelden. Aangezien er tussen het onderzoek van Nikken en dit onderzoek ruim een decennium zit en er dus een verschil in tijd en generatie is, is het mogelijk dat ouders van nu andere opvattingen hebben over kwaliteit, en dus welke criteria zij belangrijk vinden en hanteren. Er zijn dan ook drie opties mogelijk; a) ouders van deze generatie hanteren nu andere criteria dan de zeven die uit het proefschrift van Nikken volgde, b) en/of ouders hechten nu ander belang aan de criteria dan ouders voorheen deden, c) of ouders hanteren nog steeds dezelfde waarde en hechten hier hetzelfde belang aan.

Zoals uit paragraaf 2.1 blijkt bepalen ouders kwaliteit aan de hand van diverse bronnen. Echter zijn al deze factoren voor meningsvorming ook aan maatschappelijke veranderingen onderhevig en heeft dit mogelijk invloed op hoe ouders omgaan met kwaliteitscriteria van kinderprogramma's en hoe zij hier hun kinderen mee leren omgaan. In de literatuur is er onderzoek gedaan naar elke factor waarvan ik vermoed dat deze invloed heeft op de eisen die ouders kunnen stellen (tabel 1).

**Tabel I:** Factoren die mogelijke beïnvloed worden door maatschappelijke veranderingen

<u>Hoofdfactor</u>	<u>Sub factoren</u>
(A) Gezinssituatie	- Arbeidsparticipatie en -frequentie van ouders - Samenstelling huishouden - Compensatiegedrag van ouders
(B) Mediaopvoeding	- Mediaopvoeding - Meekijken door ouders - Informatiebronnen voor oordeelsvorming
(C) Medialandschap	- Verandering van televisielandschap - Verandering van technische mogelijkheden - Multi- en Crossmedialiteit

Hoewel de factoren in de volgende paragrafen los worden besproken, hebben alle factoren onderling invloed op elkaar: een veranderende gezinssituatie zorgt er mogelijk voor dat de mediaopvoeding anders zal worden gegeven en advies van instituties heeft mogelijk effect op de mediaopvoeding.

## 2.4 Maatschappelijke verandering in factoren

### 2.4.1 Verandering in gezinssituatie

Wanneer ouders een mening willen vormen over de programma's die hun kinderen zien, zullen zij tijd moeten investeren in het kennis vergaren over die programma's. Werkende ouders hebben mogelijk minder tijd beschikbaar om zich daarmee bezig te houden. Uit onderzoek van het CBS blijkt dat de arbeidsparticipatie van de bevolking tussen 2002 en 2011 gestegen is met 2,5 procent en dat deze stijging geheel afkomstig is van vrouwen. Ook is er een toename onder eenouder gezinnen waarbij de meeste kinderen wonen bij hun moeder (CBS, 2012). In beschouwing genomen dat vrouwen meer zijn gaan werken en moeders doorgaans sterker betrokken zijn bij de opvoeding van hun kinderen (McNeal, 1992; Nikken, 1999; Biltereyst & De Smaele, 2000; Koolstra & Lucassen, 2004; Van der Ploeg, 2007), is het mogelijk dat moeders in 2013 minder thuis aanwezig zijn, minder tijd kunnen besteden aan hun kinderen, minder tijd hebben om mee te kijken, en wellicht dus minder op de hoogte zijn van welke programma's hun kinderen bekijken.

Het kan dat moeders door hun beperkte tijd eerder geneigd zijn om mee te gaan in wat hun kinderen belangrijke eisen vinden (uit eerder onderzoek [Nikken & Van der Voort, 1996, 1997] blijkt dat kinderen Begrijpelijkheid, Esthetische kwaliteit en Amusement belangrijke criteria vinden voor kinderprogramma's) en dat moeders wellicht dus zelf andere eisen of minder eisen gaan stellen. Ook is het



mogelijk dat moeders, omdat hun kinderen vaker alleen zijn na schooltijd, er naar streven dat hun kinderen zich zelfstandig met media kunnen vermaken. Dan zou bijvoorbeeld Begrijpelijkheid, Onschadelijkheid en Amusement meer van belang kunnen zijn. Een andere mogelijkheid is dat moeders, doordat ze minder zicht hebben op het mediagebruik van kinderen, minder noodzaak zien in het stellen van eisen en andere belangen hechten aan de eisen. Een verandering in aanwezigheid en het voldoende tijd hebben om aan de kinderen en hun programma's te besteden, is dus mogelijk van invloed op de meningsvorming over kwaliteit omdat meer afwezigheid en minder tijd wellicht kan leiden tot het stellen van andere criteria en het hechten van andere belangen aan deze criteria.

Tot slot zou de beperkte tijd die moeders hebben kunnen zorgen voor een soort schuldgevoel, waarbij zij hun afwezigheid bijvoorbeeld met meer vrijheid voor de kinderen willen compenseren. Dit zorgt er dan voor dat er een toenemende democratisering plaatsvindt in het gezin (Valkenburg, 1995). De eisen van moeders en het belang dat zij daaraan hechten zou kunnen veranderen, aangezien zij hun kinderen dan 'alles' laten kijken om hun ouderlijke afwezigheid of thuissituatie te compenseren. Daarmee hechten moeders mogelijk minder belang aan kwaliteit. Echter zou het tegenovergestelde ook kunnen gebeuren waarbij moeders meer belang hechten aan hun eisen; ze zijn niet aanwezig maar willen wel dat kinderen naar een bepaalde kwaliteit kijken. Welke keuze ouders daarin maken, en wat daaraan ten grondslag ligt, is echter moeilijk te voorspellen.

De verminderde aanwezigheid en aandacht voor wat kinderen kijken kan ook leiden tot het vergroten van de zelfstandigheid van kinderen. Nu is daar niets mis mee, maar kinderen maken in hun verzelfstandiging ook hun eigen kwalificaties (Van der Ploeg, 2007; McNeal, 1992). Het ontbreken van ouderlijk toezicht draagt er aan bij dat kinderen onder andere een eigen manier van televisie kijken ontwikkelen zonder duidelijk te hebben wat 'goed' is en wat 'slecht' en dat brengt risico's met zich mee: zo stelde in 1983 Keith Roe al dat het gebruik van media op jonge leeftijd invloed heeft op de wijsheid en het niveau van het kind (Roe, 1983). Johnsson-Smaragdi's (1983) onderzoek sluit hier op aan en stelt dat jonge kinderen zich sneller en meer zullen identificeren met een goed of slecht rolmodel en dat dit uitsluitend door ouders kan worden gecorrigeerd. In aanraking komen met media op jonge leeftijd kan dus ongunstige gevolgen hebben voor de ontwikkeling van het

kind wanneer het kijkgedrag niet gecontroleerd en zo nodig gecorrigeerd wordt.

De thuissituatie, arbeidsparticipatie en –frequentie heeft dus mogelijk niet alleen invloed op de aanwezigheid van de moeders en op de bronnen waar vanuit zij hun mening vormen over de kwaliteit, maar mogelijk ook op hoe kinderen leren omgaan met media. We kunnen stellen dat verandering in arbeidsparticipatie en –frequentie, verandering in de thuissituatie en compensatiegedrag dus invloed kan hebben op de typen eisen die ouders stellen en het belang dat ze daar aan hechten. Gezien het belang van controle en correctie bij kinderen in hun mediagebruik werkt een verandering in deze factoren wellicht ook door in de opvoeding die ouders geven over media.

#### 2.4.2 Verandering in mediaopvoeding

Kinderen kunnen zich op het gebied van media in 2013 anders ontwikkelen dan in de voorgaande decennia: door de toenemende zelfstandigheid op jongere leeftijd en de mate van toegang tot media die leiden naar een ander gebruik van media, is mediaopvoeding een belangrijk aspect geworden in de opvoeding van kinderen (Van Lil, 1995; Simpson, 2004). Door deze opvoeding is het mogelijk dat de huidige generatie zelfstandiger is in het gebruik van media en meer hun eigen keuze wil maken in wat ze aan media gebruiken dan voorgaande generaties (Olden, 1986). Gezien de veranderende thuissituaties is het mogelijk dat ouders daar ook hun mediaopvoeding op aanpassen. We kunnen mediaopvoeding opdelen in drie varianten:

- Gezamenlijke mediabeleving. Ouders kijken bewust mee met kinderen om zelf te ervaren hoe kinderen de content beleven. Kinderen worden hierdoor zo min mogelijk blootgesteld aan ongeschikte programma's en reclames.
- Actieve begeleiding. Ouders wisselen informatie (mening, commentaar, etc.) uit met hun kinderen om zo uitleg te geven over content.
- Restrictieve begeleiding. Ouders reguleren wat kinderen aan media gebruiken.

In de praktijk lopen deze varianten uiteraard door elkaar, maar uit zowel onderzoek uit de jaren negentig, als recenter onderzoek (Nikken, 2002; Koolstra & Lucassen, 2004) blijkt dat meekijken (gezamenlijke mediabeleving), ten opzichte van andere

mediaopvoeding strategieën, het meeste voorkomt. Uit een Amerikaans onderzoek, naar de mate waarin ouders meekijken met hun kinderen (2 tot 18 jaar [n=3150]), blijkt dat een groot deel (42%) van de kinderen meer uren zonder dan met hun ouders televisie kijken. Ouders kijken in driekwart van de gevallen wel mee als kinderen volwassen programma's kijken, maar kijken ook in driekwart van de gevallen niet mee als kinderen kinderprogramma's kijken en het 'niet meekijken' gebeurt voornamelijk overdag (Roberts et al., 1999). Dit komt waarschijnlijk doordat ouders op dat moment aan het werk, of thuis met andere zaken bezig zijn. Het onderzoek geeft hier geen uitsluitsel over. Aangezien meekijken dus het meest gebruikt wordt in verhouding tot ander vormen van mediaopvoeding, kunnen we veronderstellen dat de mate van mediaopvoeding invloed heeft op de eisen die ouders stellen en het belang dat zij daar aan hechten. Zo leidt meekijken tot het zelf beoordelen van het programma en dus tot wellicht meer (of juist minder) eisen. Ook kunnen ouders door meekijken een andere waarde hechten aan criteria. Niet meekijken heeft dus mogelijk ook invloed: dit kan wellicht leiden tot het beoordelen van een programma op basis van andere informatiebronnen bijvoorbeeld de mening van kinderen zelf, wat Kijkwijzer adviseert, et cetera. We kunnen dus stellen dat mediaopvoeding en de mate van mediaopvoeding factoren zijn die mogelijk invloed hebben op hoe ouders omgaan met kwaliteitseisen en welk belang ze daar aan hechten.

De verwachting van Roberts et al. (1999), dat ouders door toenemende arbeidsparticipatie en zelfstandigheid van kinderen in de toekomst minder mee gaan kijken, is aannemelijk. Door de toename in het media aanbod (bijvoorbeeld meer zenders en 24/7 beschikbaar), de toegenomen toegang tot media (bijvoorbeeld mobiel en via internet) is het mediagebruik van kinderen meer individueler en voor ouders minder zichtbaar waardoor ouders mogelijk minder meekijken. De toegenomen technische mogelijkheden en de verzelfstandiging van kinderen hebben er toe geleid dat ouders mogelijk meer gebruik maken van andere vormen van mediaopvoeding dan meekijken en wellicht ook andere opvattingen hebben over criteria en daar andere belangen aan hechten. Deze verandering kan bijvoorbeeld zijn dat ouders vanuit restrictieve begeleiding meer eisen stellen omdat ze niet weten wat kinderen kijken, of vanuit actieve begeleiding juist minder eisen omdat ze er vanuit gaan dat hun kinderen de content begrijpen en een

bepaalde mate van Mediawijsheid<sup>1</sup> bezitten. Het is dan ook moeilijk voorspelbaar welke keuze ouders daarin maken. Wel is duidelijk dat, doordat ouders bij bijvoorbeeld restrictieve begeleiding en actieve begeleiding andere informatiebronnen kunnen gebruiken dan bij gezamenlijke mediabelevingen, dit mogelijk samenhangt met andere opvattingen en waardering over kwaliteit.

Voor de informatie voorziening is het mogelijk dat ouders zich bijvoorbeeld richten op instituties. Zo is 90 procent van de ouders bekend met de classificaties van Kijkwijzer over schadelijke inhoud van programma's (Stichting Kijkwijzer, 2008.). Uit doelgroeponderzoek (n=500) van MarketResponse (2006) blijkt dat het grootste gedeelte van de ouders hun kinderen beschermt tegen ongewenste invloeden van media door bijvoorbeeld het instellen van beperkingen over tijdsduur en verbieden van het kijken naar bepaalde programma's. Het is dus mogelijk dat ouders, doordat ze minder meekijken en gebruik maken van andere vormen van mediaopvoeding, meer behoefte hebben en belang gaan hechten aan het advies van instituties om nog steeds een mening te kunnen vormen over een programma. In 1997 presenteerde het kabinet de nota 'Niet voor alle leeftijden' aan de Tweede Kamer. Het doel van deze nota was 'het beschermen van de jeugdigen tegen schadelijke producten op het brede terrein van de audiovisuele media'. Dit wilde men bereiken door betere normen, een classificatiemethode, handhaving en regelgeving in te stellen op het gebied van televisieprogramma's en films (Kamerstuk Tweede Kamer, 1997). Naar aanleiding van deze nota is het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) opgericht, coördinator van het classificatiesysteem 'Kijkwijzer'. Waar Kijkwijzer zich richt op het informeren van ouders over de schadelijkheid van een programma, zijn er ook instituties die zich richten op het leveren van bredere informatie over mediagebruik en kinderen zoals het Nederlands Jeugd Instituut. Zij verstrekken richtlijnen met betrekking tot bijvoorbeeld het maximaal aantal uren televisie dat een kind mag kijken, tot de minimumleeftijd die een kind moet hebben om naar bepaalde programma's te kijken. Daarnaast geven ze ook advies over de manier hoe ouders om moeten gaan met de mediaopvoeding van hun kind (NJI, z.j.). Ook krijgen ouders ook steeds vaker informatie mee vanuit het onderwijs over het mediagebruik. Informatie van

---

<sup>1</sup> "het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteiten waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld", Raad van Cultuur (2005)

instituties kunnen we dan ook zien als mogelijke bron voor hun meningsvorming. Doordat deze instituties tussen 1999 en 2013 zijn gegroeid (zowel in aantal als omvang), er meer onderzoeken zijn uitgevoerd en ze een prominente plek hebben ingenomen in de samenleving, is het aannemelijk dat zij door ouders als autoriteit worden beschouwd en dat ouders de beschikbare informatie betrekken in hun mediaopvoeding en in hun meningsvorming over kwaliteit. We kunnen dan ook stellen dat veranderende mediaopvoeding, waarbij er een mogelijke verschuiving is van meekijken naar andere vormen en toegenomen informatieverstrekking vanuit instituties, er toe kan leiden dat ouders wellicht andere typen eisen stellen over kwaliteit en ook anders aankijken tegen het belang van die eisen.

### 2.4.3 verandering in medialandschap

Ook het media-aanbod en de toegang die kinderen tot dit aanbod hebben spelen mogelijk een rol in de eisen die ouders hanteren. Sinds 1980 is het programma-aanbod in Nederland flink toegenomen. Enerzijds ligt de oorzaak hiervoor in de toename van het zenderaanbod en het aantal omroepen, maar anderzijds ook in de technische mogelijkheden (Van Lil, 1995; Hermes & Reesink, 2003; Biltereyst & De Smaele, 2000). In de jaren negentig kwamen de satelliet en kabel op, waardoor steeds meer commerciële omroepen te zien waren en dit leidde tot een groter aanbod. Met het veranderende televisielandschap, omroepaanbod en de komst van de commerciële televisiezenders begin jaren negentig kreeg ook de kinderdoelgroep een toenemende aandacht van zowel de programmamakers als reclamemakers. Naast de al geldende educatieve verplichtingen gingen meerdere omroepen zich nu ook daadwerkelijk richten op het plaatsen van meer kinderprogramma's (van Lil, 1995; Biltereyst & De Smaele, 2000).

Naast de kinderprogrammablokken die omroepen vaak aan het eind van de middag en in het weekend uitzonden, als Villa Achterwerk (VPRO), Alles Kids (AVRO) en TeleKids (RTL4), was in 1988 KinderNet de eerste commerciële kinderzender in het zenderpakket van de televisieaanbieders. In 1997 komt FOX Kids als tweede volwaardige kinderzender in het Nederlandse zenderaanbod erbij die zich richt op kinderen van 7 tot 14 jaar. Doordat het merendeel van de series bestond uit programma's met ondertiteling, richtte de zender zich automatisch op een oudere groep kinderen welke al konden lezen. In 2002 wordt FOX Kids omgedoopt tot JETIX

en is het inmiddels gefuseerde KinderNet 5 overgenomen door MTV Networks Benelux, die de zender hernoemd naar de Amerikaanse variant Nickelodeon. In 2011 wordt ook DisneyChannel door verschillende kabelmaatschappijen toegevoegd aan het zenderpakket en in 2012 beleeft KinderNet haar terugkomst. Ook bieden diverse kabel leveranciers non-stop kinderzenders aan via betaaldiensten. Het aanbod van kindermedia, kinderkanalen en kinderprogramma's wat gedurende de hele dag beschikbaar is, is tussen 1999 en 2013 toegenomen. In het gezinsleven zou de toename in kinderzenders er bijvoorbeeld voor kunnen zorgen dat kinderen vaker individueel televisiekijken op hun kamer of via computer/tablet omdat andere gezinsleden graag 'in de huiskamer' iets anders willen zien. Daarnaast zorgt de toename in het aanbod ervoor dat ouders enerzijds meer bronnen hebben om hun criteria door te laten bepalen en anderzijds dat er meer content is om te beoordelen. Daar komt bij dat anno 2013 diverse instituties niet het hele pallet aan content kunnen beoordelen. Zo zijn bijvoorbeeld commerciële buitenlandse zenders niet verplicht om hun content op schadelijkheid te laten beoordelen door Kijkwijzer. Het toegenomen televisie aanbod zou er dus voor kunnen zorgen dat ouders minder eisen gaan stellen of minder belang hechten aan hun eisen omdat ze niet het hele aanbod kennen. Ook is het mogelijk dat ouders juist meer eisen gaan stellen omdat ze het aanbod niet kunnen overzien en daardoor meer restrictief gaan acteren.

Met de toename van het aanbod in kinderprogramma's ontstaat er ook een toename van het aantal kijkuren; er is nu ook overdag voor kinderen veel op televisie te zien dat speciaal op hen gericht is (Biltreyst & De Smaele, 2000). Door de technologische en industriële veranderingen werd de esthetische kwaliteit (kleuren, geluid, design) beter en de productie van televisieprogramma's goedkoper, wat heeft geleid tot een stijgende verkoop en meerdere televisies per huishouden (McQuail, 1992). Er zijn geen onderzoeksresultaten bekend over de relatie tussen toename in kinderprogramma's en toename in aantal televisies op kinderslaapkamers, maar het is wel aannemelijk dat zonder kinderprogramma's er voor ouders geen aanleiding zou zijn voor een televisie op de kinderslaapkamer. Een andere factor die bijdraagt aan de toegenomen toegangspunten die kinderen tot media hebben is de digitalisatie. Na de opkomst van de videocassette recorder ontstond de DVD, Blu-Ray en harddisk waarmee gezinnen zelfstandiger werden in

het actief bepalen wat er nu en later werd bekeken op televisie. De komst van de digitale televisie draagt zowel bij aan een toename van het aantal toegangspunten (delen van signaal is gemakkelijker dan bij analogo signaal en de decoder van bijvoorbeeld DigiTenne kan bijvoorbeeld mee naar verschillende locaties) als aan vergroting van het programma-aanbod (zowel het vaste aanbod, thema zenders en de mogelijkheid tot On-demand televisie). Daarnaast zijn de meeste zenders anno 2013 ook via de computer te kijken. Waar in 1999 slechts 23 procent van de huishoudens thuis een computer heeft met internet en deze vooral werd gebruikt voor email (82 procent) heeft in 2011 95 procent van de huishoudens een computer met internet. 97 Procent van de gebruikers gaf aan in de afgelopen drie maanden hun pc gebruikt te hebben voor e-mail, telefonie en social media (CBS, 2012). Er is dus niet alleen een toename in toegang tot internet, maar ook een toename in mediagebruik via de computer. Ondanks dat deze cijfers niet specifiek gaan over gezinnen met kinderen tot en met 12 jaar, is de toename van gebruik wel zo hoog dat het aannemelijk is dat dit ook plaats vindt in deze gezinnen. Daar komt bij dat er vanuit scholen steeds meer werk wordt verricht met de computer, waardoor het gebruik door kinderen ook als vanzelfsprekend wordt ervaren.

Tot slot zien we de laatste jaren een toename in het multi- en crossmediaal in de markt zetten van kindertelevisie. Waar er voorheen al gebruik werd gemaakt van een magazine hebben veel zenders en omroepen naast een website nu ook een App die gezien kan worden als multimediaal platform. Naast het vinden van informatie over de zender, de kinderprogramma's en achtergronden kunnen kinderen er ook online spelletjes doen, prijsvragen invullen, afleveringen downloaden, et cetera. Op deze manier vormt het platform een verlengstuk van de uitzendingen waarbij de beschikbare programmering zoveel mogelijk afnemers bereikt. Daarmee wordt het platform naast het televisieprogramma een tijdsbesteding op zich en draagt het bij aan verdere ontwikkeling van programma's (Schavemaker & Ter Voert, 2008). Deze crossmedialiteit zien we dan ook steeds vaker terug komen in het beleid van de omroepen zelf en is, zeker in de 'kinderhoek', niet meer weg te denken uit het huidige en toekomstige omroeplandschap (Pardoën & Pijpers, 2005; Schavemaker & Ter Voert, 2008). Vooral de Apps zijn er speciaal voor tablets en telefoons waarop direct programma's kunnen worden teruggekeken. Dit zorgt opnieuw voor een uitbreiding

van toegangspunten en mede door de toegenomen mobiele bandsnelheid is de content overal toegankelijk.

De (snelle) veranderingen in technische mogelijkheden en toegangspunten tot media zijn mogelijk voor ouders moeilijk bij te houden evenals de toename in het aanbod. Ouders kunnen minder inzicht hebben in alle content die kinderen via computers, telefoons en tablets kunnen bemachtigen en dit kan wellicht hun oordeelsvorming bemoeilijken doordat het overzicht ontbreekt waarmee en waarover ouders hun eisen kunnen vaststellen. Ook zou de toename van mediatoegang handhaving in restrictieve mediaopvoeding kunnen bemoeilijken, omdat ouders niet altijd zicht hebben op wanneer kinderen media gebruiken. Daardoor is het mogelijk dat ze andere eisen stellen of minder belang hechten aan hun criteria. Als kinderen veel op hun eigen kamer televisie kijken is het voor ouders niet zichtbaar wat er wordt gekeken en ook dan zou het kunnen dat ouders minder of andere typen eisen stellen. Door de toename van het aanbod en toegangspunten is het ook mogelijk dat ouders juist meer belang gaan hechten aan bijvoorbeeld criteria, omdat ze controle willen blijven houden over de kwaliteit van wat kinderen zien. Zo kan Onschadelijkheid belangrijk worden gevonden omdat ouders schadelijke content willen beperken.

In het medialandschap is er voor ouders dus tussen 1990 en 2013 veel veranderd. Deze verandering kan invloed hebben op het typen programma's dat kinderen kijken, hoe vaak, waar en wanneer ze deze programma's kijken. Naast een toename van het aanbod voor kinderen, spelen ook de technische mogelijkheden van televisie en andere media een rol. Zo hebben veel kinderen een eigen televisie en kunnen programma's via dvd, harddisk, internet en software applicaties op telefoons en tablets op een ander tijdstip en mobiel worden bekeken. Die toename zou de oordeelsvorming van ouders over kwaliteit kunnen bemoeilijken en zorgt mogelijk voor veranderende criteria en het belang dat ouders hechten aan die criteria.



## 2.5 Conclusie

In dit hoofdstuk is besproken hoe ouders kwaliteit bepalen en wat de resultaten uit eerder onderzoek van Nikken (1999) naar kwaliteitscriteria zijn. De problematiek zit hierbij in de geldigheid van de gestelde kwaliteitscriteria van Nikken: we kunnen ons afvragen in hoeverre die criteria nu nog hetzelfde zijn en in hoeverre ze hetzelfde worden gewaardeerd. Uit de literatuurstudie naar mogelijk veranderende maatschappelijke factoren die van invloed kunnen zijn op de kwaliteitscriteria die ouders hanteren, welke waarde zij hier aan hechten en hoe deze tot stand komen, kunnen de volgende zaken worden geconcludeerd:

- o Er is gebleken dat de arbeidsparticipatie-en arbeidsfrequentie van ouders is gestegen en dat er meer eenpersoons huishoudens zijn. Het vermoeden is dat ouders daardoor wellicht minder tijd hebben om met hun kinderen mee te kijken. Dit kan er toe leiden dat ouders minder tijd en aandacht hebben voor wat kinderen aan media gebruiken, er minder kennis is van wat er wordt gekeken en dat ouders weinig criteria kunnen formuleren op basis van eigen observatie. Door hun beperkte aanwezigheid en aandacht is het mogelijk dat ouders hun kinderen toestaan om programma's te kijken die zij zelf van mindere kwaliteit vinden en daarbij hechten ouders wellicht minder belang aan de criteria die zij stellen. Verandering in arbeidsparticipatie en –frequentie, verandering in de thuissituatie en compensatiegedrag kunnen dan ook factoren zijn die samenhangen met de typen eisen die ouders stellen en het belang dat ze daar aan hechten.
- o Gezien de veranderende gezinssituaties en arbeid is het mogelijk dat ouders daar ook hun mediaopvoeding op aanpassen. Binnen mediaopvoeding wordt meekijken relatief het meeste gebruikt als opvoedingsstrategie bij het televisie kijken, maar als ouders wellicht minder gaan meekijken kunnen zij zich mogelijk richten op andere bronnen voor informatievoorziening. Informatieverstrekking vanuit derden (bijvoorbeeld instituties) kan dan als bron worden gebruikt bij hun meningsvorming over kwaliteit. Doordat ouders dus afgaan op andere informatievoorzieningen dan meekijken is het mogelijk dat zij andere eisen stellen. De mate van mediaopvoeding kan dus samenhangen met de typen eisen die ouders stellen en het belang dat ze daar aan hechten.

- o Een toenemend media aanbod en toegang tot media zorgen voor een stijgend en mogelijk individueel kijkgedrag van kinderen. Het zou kunnen dat het voor ouders daardoor minder zichtbaar is wat kinderen aan media gebruiken en dat ze daardoor minder of ander typen eisen stellen. Ook kunnen ouders door het toenemend kijkgedrag juist meer eisen gaan stellen. Het is dus mogelijk dat de ontwikkelingen in het medialandschap en technologie samenhangen met de typen eisen die ouders stellen en het belang dat ze daar aan hechten.

Het centrale thema wat de drie factoren verbindt, is vooral dat ouders minder zicht hebben op het media aanbod. Ofwel door hun eigen afwezigheid door werkzaamheden, ofwel door de ontwikkelingen in techniek en aanbod. Dit leidt ertoe dat ouders mogelijk afgaan op andere informatie in hun beoordeling van kwaliteit, en daardoor mogelijk andere typen eisen stellen en daar waardering aan hechten.

### 2.5.1 Vraagstelling

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat verschillende factoren invloed kunnen hebben op samenhangen met hoe ouders omgaan met kwaliteitscriteria. Ook blijkt dat deze factoren onderhevig zijn aan maatschappelijke veranderingen. Het vermoeden is dat ouders tegenwoordig andere typen eisen kunnen stellen (en dus ook meer of minder typen eisen) dan de criteria uit het onderzoek van Nikken (1999). Daarnaast is het mogelijk dat ouders anders aankijken tegen het belang van die criteria. Om te onderzoeken of dit ook daadwerkelijk het geval is, richt ik mij op drie onderzoeksvragen:

1. *Hanteren ouders in deze sterk gemedialiseerde tijd nog dezelfde kwaliteitscriteria voor kindertelevisieprogramma's als ouders van vroeger?*
2. *Welk belang hechten ouders aan de huidige gebruikte kwaliteitscriteria in vergelijking met vroeger?*
3. *Welke factoren spelen een rol in de kwaliteitscriteria die ouders hanteren?*

## 3 Methode van onderzoek

### 3.1 Onderzoeksopzet

Om de eerste en tweede onderzoeksvraag te beantwoorden zal er gestart worden met een onderzoek naar welke criteria ouders in 2013 hanteren. Hierna kan er worden nagegaan welk belang zij daar aan hechten en wat voor hen de waarde van een criterium is. Tot slot zal er een vergelijking worden gemaakt met de criteria die uit het onderzoek van Nikken (1999) volgde. Om een goede vergelijking te kunnen maken tussen de resultaten, zal er gebruik worden gemaakt van het stappenplan die Nikken in zijn onderzoek heeft gebruikt:

- 1) Een groep spontaan criteria laten noemen
- 2) Vaststellen welke criteria vaak voorkomen
- 3) Het gewicht van elk criterium vaststellen

#### Stap 1

Omdat ten tijde van het onderzoek van Nikken (1999) nog geen kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's bekend waren die ouders zouden hanteren, maakte Nikken gebruik van een kwalitatieve voorstudie om tot een spontane selectie van criteria te komen. Om in 2013 tot een spontane selectie van criteria te komen zal in dit onderzoek ook gebruik worden gemaakt van een kwalitatieve voorstudie. In deze voorstudie zal aan een groep ouders (n=30) gevraagd worden om spontaan criteria vast te stellen. Door een inhoudsanalyse van de argumentatie en onderbouwing van deze ouders zal er een voorlopige lijst ontstaan met criteria.

#### Stap 2 en stap 3

Wanneer er een voorlopige lijst met criteria is opgesteld zal deze, vergelijkbaar met het onderzoek van Nikken (1999), als steekproef worden voorgelegd aan een grotere groep respondenten. Uit onderzoek (Eckes & Trautner, 2000; Duimel & De Haan, 2007; Koolstra & Lucassen; 2004) blijkt dat moeders het grootste deel van de opvoeding voor hun rekening nemen. Om deze reden, en om de resultaten met het onderzoek van Nikken te kunnen vergelijken, zal dit hoofdonderzoek zich voornamelijk richten op moeders. De steekproef heeft tot doel om te onderzoeken

hoe vaak deze criteria voorkomen en wat het gewicht van elk criterium is. Tevens zullen aan de respondenten diverse context vragen worden gesteld waarmee kan worden nagegaan hoe zij tot deze keuze komen en door welke factoren ze worden beïnvloed. Hieruit zal een overzicht volgen met waardering van criteria voor kinderprogramma's die ouders in 2013 hanteren. De lijst met kwaliteitscriteria zal uiteindelijk kunnen worden vergeleken met het overzicht dat uit het onderzoek van Nikken (1999) volgde.

### 3.1.1 Respondenten en methode

Voor de uitvoering van het vooronderzoek zijn twee scholen aangeschreven: basisschool de Violenschool in Hilversum en basisschool de Binckhorst St. Jan in Laren, welke beide hun toezegging hebben gedaan om mee te willen werken aan het onderzoek. De keuze voor deze twee scholen heeft primair te maken met het verschil van de sociale positie en sociale buurt waarin de scholen liggen en secundair met mijn netwerk op deze scholen. Met de keuze voor deze twee scholen hoop ik net als het onderzoek van Nikken (1999) een resultaat te verkrijgen uit meerdere lagen van de samenleving, met als doel een zo representatief mogelijk beeld.

Per school zijn er door de school zelf rond de 30 ouders benaderd verspreid over verschillende lesgroepen. Hiervan zijn er per school 15 ouders die hebben aangegeven mee te willen werken aan het onderzoek. Deze respondenten ( $n=30$ ), 21 moeders en 9 vaders en zowel autochtoon als allochtoon, hebben een gemiddelde leeftijd van 37 jaar en een gemiddelde arbeidsparticipatie van 31,2 uur per week. De mannelijke respondenten hebben een hoger opleidingsniveau dan de vrouwen (gemiddeld niveau MBO). Van de respondenten heeft grofweg driekwart een partner en er zijn in totaal 61 kinderen in het gezin, waarvan 49 in de leeftijdsgroep van 4 tot 12 jaar (gemiddelde leeftijd 7,9 jaar).

Nikken (1999) maakt in de voorstudie gebruik van groepsgesprekken met ongeveer acht ouders. Een mogelijk risico hierbij is dat verbaal sterke respondenten het initiatief nemen in een groepsdiscussie en dat er zo (non-verbale) informatie of argumentatie verloren gaat (Korswagen, 1992). Om dit te beperken zijn de interviews afgenomen in een face to face meeting met maximaal 1 ouder paar. De

interviews vonden plaats bij de respondenten thuis of na schooltijd in de klaslokalen en namen 30 minuten in beslag.

In een korte introductie werd de respondenten duidelijk gemaakt waar het interview over zou gaan. Hierbij is expres niet ingegaan op het doel van het interview en welke informatie er gevraagd zou worden, om zo enige voorkennis en voorbereiding te voorkomen. Om later tot een goede vergelijking te kunnen komen, is de respondenten gevraagd om bij hun beantwoording uit te gaan van hun kinderen in de leeftijd van 4 tot 12 jaar. In het geval van meerdere kinderen in deze leeftijdsgroep, is er gevraagd om separaat over hen te antwoorden. Dit met als doel om te voorkomen dat ouders bij voorbaat een keuze maken, en wellicht zo onbewust een richting geven aan hun antwoorden: jongens kijken andere programma's dan meisjes en reageren hier ook anders op (Biltereyst & De Smaele, 2000).

Als instrumentarium is een gespreksformulier gebruikt, wat is bijgevoegd in de bijlage. Dit formulier had tot doel om het gesprek te structureren. De onderzoek variabelen in het eerste deel hebben betrekking op de kenmerken van de respondent, het tweede deel heeft betrekking op de spontaan opgestelde criteria en argumentatie, het derde deel heeft betrekking op de context.

De respondenten kregen in het gesprek de vraag om twee kinderprogramma's in hun gedachte te nemen die zij goed en slecht vonden. Hierna volgde de vraag om kenmerken te noemen waaraan een goed kinderprogramma volgens hen moest voldoen. Daarna diende de respondenten de al genoemde kenmerken op papier te zetten en deze aan te vullen tot tien kenmerken waar een kinderprogramma aan moet voldoen, waarbij hen werd gevraagd naar de argumentatie en beweegredenen (contextfactoren) voor de keuze van dat kenmerk.

### **3.1.2 Spontaan genoemde criteria**

Op de eerste vraag waar een goed kinderprogramma aan zou moeten voldoen, kwamen de respondenten (n=30) tot vier a vijf kenmerken. Zo moet een programma: (a) leuk worden gevonden door kinderen, (b) begrijpelijk zijn voor kinderen, (c) leerzaam zijn voor kinderen, (d) moeten kinderen er niet druk van worden en (e) moeten kinderen er niet bang van worden. Wat opviel, was dat meer dan de helft van de ouders (18 van de 30) na twee kenmerken die positief zijn

(m.a.w. wat een programma zou moeten zijn), overging op preventie van negatieve effecten (m.a.w. wat een programma niet zou moeten zijn). Dit is ook terug te zien in de eerste vier tot vijf criteria waar “onschadelijkheid” twee plekken invult. Dit valt mogelijk te verklaren doordat ouders hun kinderen willen beschermen tegen ongewenste invloeden en daardoor al snel in een beschermende modus gaan acteren (MarketResponse, 2006).

Het complementeren naar tien kenmerken duurde net wat langer (gemiddeld 6 minuten) dan de eerste spontane vijf kenmerken (gemiddeld vijf minuten). Tevens werden ze niet spontaan geuit, maar eerder beredeneerd wanneer de respondenten dieper ingingen op een eerder genoemd kenmerk, of werden ze gedestilleerd uit voorbeelden van programma’s die de respondenten slecht waardeerden. Wederom was hierbij de insteek voornamelijk “onschadelijkheid”. Uit het overzicht kwam naar voren dat (f) kinderen betrokken bij het onderwerp moeten zijn, (g) kinderen zich kunnen identificeren met personages, (h) dat kinderen door het programma geboeid blijven en (i) dat het programma voor kinderen niet te ingewikkeld is.

Zoals een aantal ouders in hun eigen lijst al opmerkte, zit er in deze acht kenmerken op een aantal punten overlap. Om uit de kenmerken kwaliteitscriteria te destilleren, werd er door de respondenten zelf al gekeken naar het samenvoegen van overlappende kenmerken als “(b) begrijpelijk zijn” en “(i) niet te ingewikkeld zijn”. Ook waren er zowel negatieve als positieve kenmerken die hetzelfde doel hadden. Bijvoorbeeld “een programma moet de aandacht van kinderen vast houden” versus “een programma moet niet zo ingewikkeld zijn dat kinderen hun aandacht verliezen”. Gezien dit verschil in aantal kenmerken, zijn ze naderhand geanalyseerd en gegroepeerd naar criteria waar een programma aan zou moeten voldoen. Dit heeft geleid tot de volgende kwaliteitscriteria waarbij de terminologie van Nikken (1999) is gebruikt:

**Tabel I: Spontaan genoemde criteria voor kinderprogramma**

Kenmerken voor kinderprogramma's (n=30)	
Amusement	Kinderen dienen plezier te hebben in het kijken van een programma. Een kinderprogramma moet dan ook amusementswaarde hebben.
Aanwezigheid van rolmodellen	Kinderen moeten zich kunnen identificeren met rolmodellen in kinderprogramma's. Zowel goede als slechte rolmodellen leren kinderen omgaan met elkaar.
Onschadelijkheid	Een kinderprogramma moet een mate van onschadelijkheid hebben. Het moet voorkomen dat kinderen bang blijven na het kijken van een programma of juist erg druk worden.
Betrokkenheid	Een kinderprogramma moet bij kinderen betrokkenheid oproepen die hen kan inspireren en activeren om dingen te ondernemen. Bijvoorbeeld "riddertje spelen" of een goede doelen actie.
Begrijpelijkheid	Kinderen moeten het programma kunnen begrijpen en snappen. Ingewikkelde inhoud wordt niet als positief gezien.
Educatief	Een kinderprogramma moet een mate van educatie hebben, het moet kinderen wat bijbrengen.

De eerste vijf criteria volgden ook uit het onderzoek van Nikken (1999). Een criterium dat niet uit het onderzoek van Nikken volgde maar wel uit dit vooronderzoek is het criterium Educatief. Criteria die niet uit het vooronderzoek naar voren komen, maar wel uit het onderzoek van Nikken zijn:

- Geloofwaardigheid; werd in het vooronderzoek niet tot nauwelijks genoemd, behalve als het over zaken als religie en Nederlandse gebruiken ging (Sinterklaas). Het werd echter door de respondenten niet als los criterium beoordeeld.
- Esthetische kwaliteit; werd in het vooronderzoek niet tot nauwelijks genoemd. Weliswaar spelen audiovisuele zaken in een aantal criteria een rol, het criterium is niet los benoemd; dit werd benoemd onder Onschadelijkheid, Betrokkenheid en Begrijpelijkheid.

### 3.1.3 Contextfactoren die spontane uitkomst duiden

Naast het spontaan vaststellen van criteria en de waarde die de respondenten (n=30) hier aan toe kennen, zijn er diverse vragen gesteld over de context van de respondent.

In de huishoudens zijn gemiddeld twee computers en twee televisies aanwezig. Deze staan voornamelijk in de woonkamer, ouderslaapkamer of kinderslaapkamer. Bijna de helft heeft een televisie, en bijna een derde een computer op de kinderkamer. De respondenten gebruiken in hun privé tijd audiovisuele media ongeveer 190 minuten per dag. Hiervan is twee en half uur televisie kijken. Als ze televisie kijken zijn nieuws en actualiteit, misdaadseries, films en sitcom's het populairst. Op de vraag waarom men dit goede programma's vindt worden Amusement en Informatief als reden aangegeven, waarbij de respondenten de definitie koppelen aan hun voorkeur: de programma's waar ze met plezier naar kijken, of die ze interessant vinden worden bestempeld als 'goede programma's'. Opmerkelijk is dat spelshows niet worden genoemd.

*"Mijn kinderen kijken zeker wel 2 tot 3 uur per dag naar de televisie. Al merk ik wel dat de oudste steeds meer bezig is met zijn laptop. Het meeste kijken ze rond etenstijd en na het eten voordat ze naar bed gaan."*

J. P., Laren

Hun kinderen maken volgens de respondenten buiten school om dagelijks bijna evenveel gebruik van media. Maar naast televisie kan dit ook de DVD zijn op de achterbank van de auto of computerspelletjes op bijvoorbeeld een tablet. Ook kijken 4 tot 12 jarigen gemiddeld even lang televisie als hun ouders. Het Jeugdjournaal, Spangas en het Klokhuis worden door de ouders het meest gewaardeerd. Zij geven aan dat kinderen het zelf een leuk programma vinden, het de interesse weet vast te houden, begrijpelijk is en de kinderen er iets van kunnen leren. Opmerkelijk is dat er geen tekenfilms worden genoemd. De ouders baseren hun mening over kinderprogramma's voor het grootste deel op de mening van hun kinderen en hierna pas op hun eigen observatie, de mening van hun partner en wat eventuele derden hierover hebben te melden. 60 Procent van de respondenten geeft aan na schooltijd (deels) thuis aanwezig te zijn. Zij zijn beter op de hoogte van wat hun kinderen aan media gebruiken (87 procent) dan ouders die niet thuis aanwezig zijn (63 procent). Twee derde geeft aan met hun kinderen mee te kijken, en doet dit gemiddeld dagelijkse 75 minuten. Slechts een op de tien houdt zich dan uitsluitend bezig met meekijken, de rest is tijdens het meekijken ook met andere werkzaamheden bezig.



*“De televisie en computers zijn niet de goedkoopste. Ik heb daarom liever dat ik alles voor hen aanzet. Dan kan tegelijk even zien wat ze kijken voordat ik thuis weer verder werk. De afstandsbediening ligt in een kast waar Sam niet bij kan.”*

M. L., Laren

Alle respondenten geven hun kinderen mediaopvoeding. De helft geeft aan dit actief en bewust te doen en de andere helft is zich er niet van bewust of hechten hier niet of nauwelijks waarde aan; hun kinderen leren dit vanzelf. De school, partner en omroepen worden gezien als overige mediaopvoeders. Drie kwart van de respondenten geeft wel aan dat zij hun kinderen soms media verbieden maar slechts een kleine groep is hierin consequent. Het “kunnen omgaan met media”, “weten wat je met media kunt” en “kennis hebben van media” wordt door de meeste respondenten genoemd als uitleg voor Mediawijsheid. Na weergave van de gestelde definitie van de Raad van Cultuur (2005) vindt een kleine driekwart dat ze aan de definitie voldoet. Hun kinderen voldoen hier net iets meer aan, en de term is dan ook meer op hen van toepassing.

*“Als ik kijk of het meer op mij van toepassing is, of op Gurkan, denk ik dat hij met zijn 7 jaar nu al meer weet van hoe de televisie dingen en hoe de computer werkt dan ik. Maar ja dat is ook wel logisch, want ik had dat thuis en op school allemaal niet”*

S. G., Hilversum

## 3.2 Stap 2: Methode hoofdonderzoek

### 3.2.1 Respondenten en methode

Uit het vooronderzoek zijn zes kwaliteitscriteria naar voren gekomen:

- Amusement
- Aanwezigheid van rolmodellen
- Onschadelijkheid
- Betrokkenheid
- Begrijpelijkheid
- Educatief

Om een inzicht te krijgen in hoe vaak deze criteria voor komen, wat het belang is en wat/wie hen hierin beïnvloedt (stap 2) zal er een steekproef worden gehouden onder respondenten. Om tot een goede vergelijking te komen tussen de lijst van Nikken (1999) en het vooronderzoek, zullen alle items worden meegenomen in deze steekproef; naast de zes criteria uit het vooronderzoek zullen ook de twee missende criteria worden meegenomen.

Zoals in de globale onderzoeksopzet al werd aangegeven, zal dit hoofdonderzoek uitsluitend onder moeders worden uitgevoerd. Voor de uitvoering zijn dezelfde twee scholen aangeschreven als in het vooronderzoek: basisschool de Violenschool in Hilversum en basisschool de Binckhorst St. Jan in Laren, welke in een eerder stadium al hun toezegging hebben gedaan om mee te willen werken aan het onderzoek. Zoals al aangegeven heeft de keuze voor deze twee scholen primair te maken met het verschil van de sociale positie en sociale buurt waarin de scholen liggen zodat er resultaten worden verkregen uit meerdere lagen van de samenleving, met als doel een zo representatief mogelijke steekproef.

Op de scholen zijn de moeders van kinderen uit groep 3 tot en met 8 per uitdeelbrief door de leraren benaderd met de vraag of zij wilde meewerken aan dit onderzoek door middel van het invullen van een vragenlijst. Moeders konden gedurende twee weken per invulstrookje, email of telefonisch laten weten of zij mee wilde werken. Er zijn 328 brieven uitgegaan. Na twee weken waren er, mede door vakanties, weinig reacties, waarop is besloten om alle moeders opnieuw per brief door de leraren te laten benaderen. Uiteindelijk hebben 154 moeders positief

gereageerd. Dit is een response van 47 procent. Twee moeders hebben uiteindelijk niet mee gewerkt en in twee gevallen was de response niet bruikbaar. Deze response is niet in het onderzoek meegenomen.

De respondentengroep (n=150) heeft een gemiddelde leeftijd van 36,7 jaar. Het meest voorkomende afgeronde opleidingsniveau is het Middelbaar Beroeps Onderwijs (43%) hierna volgt Hoger Beroeps Onderwijs (38%). De moeders verrichten per week gemiddeld 23,5 uur arbeid. Van de respondenten heeft 75 procent een partner en in totaal heeft de respondentengroep 304 kinderen waarvan 240 kinderen in de leeftijd van 4 tot 12 jaar. Het kind dat de respondenten voor het onderzoek in gedachte nemen heeft een gemiddelde leeftijd van 8.1 jaar. 42 Procent van de respondenten is afkomstig van de school in Laren en 58 procent van de school in Hilversum

### **Instrumentarium**

Als instrumentarium voor deze steekproef is gebruik gemaakt van een vragenlijst. De vragenlijst was voorzien van begeleidende brief en werd samen met een retourenvelop aan alle respondenten via de schoolleraren meegegeven. Aan de respondenten is gevraagd om de enquêtes twee weken later weer bij de leraren in te leveren; zij hielden een overzicht bij van welke moeders de vragenlijst nog dienden in te leveren. Vier weken na het uitzetten zijn de vragenlijsten weer ingenomen. In de begeleidende brief stond vermeld dat de vragenlijst anoniem was en dat de moeders bij meerdere kinderen in de doelgroep 4 tot 12 jaar, het oudste kind in gedachte zouden moeten nemen voor dit onderzoek.

De vragenlijst was opgebouwd uit meerdere delen: deel 1 had tot doel om te onderzoeken welke criteria de respondenten hanteren en welk belang zij aan de criteria hechten. Dit is geoperationaliseerd door de respondenten aan de hand van stellingen kwaliteitscriteria te laten beoordelen. De zes kwaliteitscriteria die uit het vooronderzoek naar voren kwamen, aangevuld met de twee criteria (geloofwaardigheid en esthetische kwaliteit) vanuit het onderzoek van Nikken (1999), zijn verwoord in 24 stellingen waarmee de concepten worden gemeten. De respondenten diende op een vijf-punt-schaal (Likert schaal) lopend van “zeer oneens” tot “zeer eens” de 24 stellingen te beoordelen. Achteraf zal door factoranalyse een lijst volgen met criteria en zal er een gemiddelde schaalscore

worden berekend per factor waarmee en duiding kan worden gegeven aan de waardering. In deel 2 (contextfactoren) werd er gevraagd naar zaken die aansluiten bij de bevindingen uit het literatuuronderzoek. Rondom mediaopvoeding en de herkenbaarheid met mediawijsheid bij de respondenten en hun kinderen, zijn er diverse vragen gesteld over de aanwezigheid na schooltijd, kijkgedrag van kinderen, mate van meekijken, meningsvorming en compensatiegedrag. Tevens is er gevraagd naar het aantal televisies in het huishouden en de mate van televisiegebruik door de respondent en hun kinderen. In deel 3 (demografische kenmerken) werd er gevraagd naar de leeftijd van de respondent, hoogst genoten opleiding en de arbeidsparticipatie per week.

In deel 2 en deel 3 wordt er gebruik gemaakt van een combinatie van type vraagstellingen: 'ja-nee' vraagstellingen, schaal beoordeling (bijvoorbeeld niet eens, deels eens, volledig eens), open vragen en meerkeuze vragen. Om een goede inhoudelijke analyse te kunnen uitvoeren van de contextfactoren is het van belang om de verschillende type vraagstellingen statistisch met elkaar te kunnen vergelijken. Om de data uit de steekproef te kunnen analyseren, zijn de antwoorden in de resultatenbijlage voorzien van waarden. De aangegeven waarde achter een keuze mogelijkheid geeft de waarde aan welke gebruikt is in de data set. Een voorbeeld hiervan is vraagstelling 27: "Voedt u uw kind actief en bewust op over het gebruik van media?" waarbij de keuze mogelijkheid "Ja" een waarde krijgt van (1) en de keuze "Nee" een waarde van (0). Deze dichotome vraagstelling geldt ook voor vraagstellingen 31 (wordt er inhoudelijke uitleg gegeven over programma's), 32 (worden bepaalde programma's verboden), 33 (mogen kinderen ondanks verbod toch deze programma's kijken), 37 (aanwezigheid tv op slaapkamer), 44 (is er een dienstverband) en 46 (aanwezigheid partner) met een keuze tussen "Ja" en "Nee". Bij de schaalkeuze vraagstelling in deel 2 en deel 3 is er de keuze uit drie mogelijkheden. Een voorbeeld hiervan is vraagstelling 25: "Bent u op de hoogte van de programma's die uw kind kijkt?" waarbij de keuze mogelijkheid "Volledig op de hoogte" een waarde krijgt van (2), "Deels op de hoogte" een waarde van (1) en "Niet op de hoogte" een waarde van (0). Dit geldt ook voor vraagstellingen 28 (mate van meekijken), 38 (bekend met Mediawijsheid), 39 (Mediawijsheid is van toepassing op respondent), 40 (Mediawijsheid is van toepassing op kind) en 49 (aanwezigheid na schooltijd) met een schaalmogelijkheid.

Bij vraag 43 (opleidingsniveau) zijn er 4 niveaus.

Bij de open vraagstellingen wordt er uitsluitend naar cijfermatige informatie gevraagd, bijvoorbeeld vraagstelling 29: “Hoeveel uur per dag kijkt u gemiddeld mee?”. De ingevulde waarde is direct overgenomen in de dataset. Dit geldt ook voor vraagstellingen 36 (kijktijd per dag kind), 42 (leeftijd respondent), 45 (uren arbeid) en 51 (kijktijd per dag respondent) met een open antwoord. De vraagstellingen waarbij een meerkeuze antwoord mogelijk is zijn op te delen in twee typen; antwoorden met een cijfermatige keuze en antwoorden waarbij er een meerkeuze mogelijkheid wordt gehanteerd met gelijke waarden. De antwoorden uit de cijfermatige meerkeuze vragen, bijvoorbeeld vraagstelling 50: “Hoeveel televisies zijn er in uw huishouden?” zijn direct overgenomen in de dataset. Dit geldt ook voor vraagstelling 47 (aantal kinderen in huishouden t/m 18 jr.), 48 (aantal kinderen in huishouden 4-12 jr.). De antwoorden uit de meerkeuze mogelijkheden met gelijke waarden, er is dus onderling tussen de antwoorden geen hiërarchische relatie, zijn omgezet naar dichotome antwoorden. Zo is vraag 34, met vier keuze mogelijkheden, in de dataset opgedeeld in 4 maal een dichotome vraag waarbij de “Ja” geldt voor het betreffende antwoord. Op deze manier zijn alle vraagstellingen juist met elkaar te vergelijken. Dit geldt ook voor vraagstelling 26 (meningsvorming op basis van eigen inzicht, mening partner, mening kinderen, mening derden, et cetera), 30 (bezigheden tijdens meekijken), 34 (voornaamste reden om kijkverbod te negeren), 35 (mede mediaopvoeders) en 41 (mediawijsheid meer van toepassing kind of respondent). Verdere uitleg is te vinden in bijlage 4 Resultaten steekproef, bij de betreffende vragen. De resultaten uit de steekproef zullen met statistisch pakket SPSS worden geanalyseerd.

## 4 Resultaten hoofdonderzoek

### 4.1 Kenmerken steekproef en contextfactoren

In het onderzoek naar de huidige kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's en de mogelijke factoren, is gebruik gemaakt van een steekproef onder een groep (n=150) moeders. Zij hebben een gemiddelde leeftijd van rond de 37 jaar en het meest voorkomende afgeronde opleidingsniveau is het Middelbaar Beroeps Onderwijs (43%) en Hoger Beroeps Onderwijs (38%). Driekwart van de moeders heeft een partner en er zijn in totaal 304 kinderen. Er wordt gemiddeld 23,5 uur arbeid verricht per week. Bij de respondenten zijn gemiddeld twee computers en twee televisies aanwezig. Deze staan voornamelijk in de woonkamer, ouderslaapkamer of (bij een op de drie) in de kinderslaapkamer. De moeders kijken gemiddeld 188 minuten televisie per dag en hun kind 153 minuten. Ruim 80 procent geeft aan deels tot volledig op de hoogte te zijn van wat hun kind dan kijkt. De mening over een kinderprogramma wordt voor het grootste deel gebaseerd op de mening van hun kinderen (59 procent) en hierna pas op hun eigen observatie, de mening van hun partner en wat eventuele derden hierover hebben te melden. Driekwart van de moeders is na schooltijd (deels) thuis aanwezig en ruim de helft geeft aan mee te kijken met hun kind. Maar van die mee kijkers geeft vijf op de zes aan ook bezig te zijn met andere zaken. Als er wordt meegekeken gebeurt dit gemiddeld 83 minuten. Wat betreft mediaopvoeding wordt actieve begeleiding door ruim de helft gegeven. Restrictieve begeleiding vindt in veel meer gevallen plaats, alleen geeft een ruime meerderheid wel aan dat zij niet consequent zijn; hun kind kijkt wel eens naar een programma dat door hen is verboden. Meer dan de helft van deze moeders laat dit gebeuren vanuit gemakzucht of om de discussie met het kind te ontlopen. Ruim een kwart gebruikt het als compensatie voor het kind. Als suggestie voor andere mediaopvoeders worden voornamelijk de school, de overheid en partner genoemd. Na weergave van de gestelde definitie van de Raad van Cultuur (2005) vindt een grote groep (70 procent) dat ze deels aan de definitie voldoet. Het kind voldoet hier net iets meer aan (77 procent), en de moeders vinden in de meeste gevallen dat de term dan ook meer op het kind van toepassing is.

## 4.2 Wenselijke kenmerken kinderprogramma's

De moeders dienden 24 concepten in een steekproef op een vijf-punts-schaal te beoordelen. Aan deze beoordeling zijn achteraf punten toegekend: Zeer mee oneens (-2 punten), Oneens (-1 punt), Neutraal (0 punten), Eens (+1 punt), Zeer mee eens (+2 punten). Hierbij geldt dat elk item even zwaar meetelt bij de berekening.

Allereerst werd doormiddel van het uitvoeren van de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) meting en Bartlett's test bepaald of een factoranalyse gerechtvaardigd is. De KMO meting geeft de mate van variatie weer in de variabelen die veroorzaakt worden door onderliggende factoren. Het is gangbaar dat deze waarde tussen de 0.50 en 1.00 ligt, waarbij geldt dat hoe hoger de waarde is, hoe bruikbaar de data voor een factoranalyse. De Bartlett's test toetst de hypothese dat de correlatie matrix een identity matrix is, wat aangeeft dat de variabelen geen relatie hebben en niet bruikbaar zijn om een factor te vinden. Een significantie niveau  $<0.05$  geeft aan dat een factoranalyse zinvol is. De waarde van de KMO meting is 0.787 en de Bartlett's test is significant (Chi-Square = 2256.322, df = 276 en significantie  $<0.000$ ). Daarnaast blijkt uit de correlatiematrix dat er geen items laden die een hogere waarde hebben dan 0.9 (er is dus geen sprake van multicollineariteit) en de items verschillen dus voldoende om een bruikbare meting uit te voeren. Er wordt dus geconstateerd dat een factoranalyse over de data is toegestaan.

### Factoranalyse

Uit de principale componenten factoranalyse (uitgevoerd met varimax-rotatie en ladingverwijdering  $<0.10$ ) blijkt dat de concepten zijn in te delen in acht factoren, deze zijn weergegeven in tabel I. De factoren bestaan elk uit drie items die samen een factor vormen. De factor vormt het kwaliteitscriterium. De gehele lading van de items is ingevoegd in bijlage 5.1.

**Tabel I: Factorlading criteria concepten steekproef**  
Rotated Component Matrix

Item	Factor							
	1	2	3	4	5	6	7	8
19. Een kinderprogramma moet de aandacht van kinderen weten vast te houden	,923							
9. Een kinderprogramma moet kinderen stimuleren in hun fantasie	,908							
14. Betrokkenheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	,884							
18. Onschadelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma		,840						
2. Een kinderprogramma moet kinderen niet bang maken		,779						
20. Een kinderprogramma mag geen scheldwoorden bevatten		,773						
4. Een kinderprogramma moet kinderen alles helder uitleggen			,577					
21. Een kinderprogramma moet taalgebruik hebben wat kinderen begrijpen			,559					
1. Begrijpelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma			,480					
17. Een kinderprogramma moet voor kinderen opwindend zijn				,931				
13. Een kinderprogramma moet kinderen blij maken				,905				
8. Amusementswaarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma				,902				
5. Een kinderprogramma moet voor kinderen een goede weergave geven van de wereld					,813			
16. Een kinderprogramma moet voor kinderen geloofwaardig overkomen					,791			
10. Geloofwaardigheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma					,777			
11. Een kinderprogramma moeten rolmodellen bevatten waar kinderen naar op kunnen kijken						,838		
23. Aanwezigheid van rolmodellen is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma						,836		
6. Een kinderprogramma moet personages bevatten die kinderen willen zijn/worden						,781		
22. Esthetische waarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma							,892	
7. Een kinderprogramma moet voor kinderen aantrekkelijk zijn om naar te luisteren en naar te kijken							,866	
3. Een kinderprogramma moet voor kinderen mooie beelden bevatten							,852	
24. Een kinderprogramma moet kinderen nieuwe kennis bijbrengen								,780
12. Educatief is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma								,778
15. Een kinderprogramma moet kinderen wat kunnen leren								,756

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations.



## Gemiddelde schaalscore

De gemiddelde schaalscore per criterium geeft het volgende resultaat, aflopend gerangschikt. Gelet op de criteria die de respondenten dienden te hanteren (-2 tot en met +2) is er een afronding gemaakt op 0.500 voor de kolom 'Beoordeling'.

**Tabel II:** *Score en waardering van criteria uit steekproef*

	Criterium	Gem. Schaalscore	Cronbachs alpha	Beoordeling
1	Amusement	1.073	0.913	Eens
2	Onschadelijkheid	0.903	0.770	Eens
3	Begrijpelijkheid	0.884	0.848	Eens
4	Educatief	0.580	0.908	Eens
5	Betrokkenheid	0.513	0.924	Eens
6	Esthetische kwaliteit	0.085	0.842	Neutraal
7	Rolmodellen	-0.118	0.805	Neutraal
8	Geloofwaardigheid	-0.571	0.793	Oneens


Hieruit kunnen enkele zaken worden geconcludeerd:

- De factoranalyse is correct uitgevoerd.
- De gemiddelde schaalscore geeft een betrouwbare weergave, uit de waarde van Cronbach's Alpha bij elke factor blijkt dat de items hetzelfde meten.
- De criteria Amusement, Onschadelijkheid en Begrijpelijkheid hebben de hoogste gemiddelde schaalscores.

### 4.3 Conclusie gehanteerde kwaliteitscriteria

Als we de lijst met eisen die uit de steekproef resulteerde vergelijken met de lijst die uit het onderzoek van Nikken (1999) naar voren kwam, zijn er enkele opvallende zaken.

**Tabel III:** *Relatief verschil waardering van kwaliteitscriteria tussen onderzoeken*

	Onderzoek Nikken (1999)	Steekproef 2013
Belang criteria 	1 Begrijpelijkheid	1 Amusement
	2 Esthetische kwaliteit	2 Onschadelijkheid
	3 Betrokkenheid	3 Begrijpelijkheid
	4 Amusement	4 Educatief
	5 Onschadelijkheid	5 Betrokkenheid
	6 Geloofwaardigheid	6 Esthetische kwaliteit
	7 Aanwezigheid rolmodel	7 Aanwezigheid rolmodel

- Er is een verschil in de waardering van de belangrijkste drie criteria; waar uit het onderzoek van Nikken (1999) volgde dat Begrijpelijkheid, Esthetische Kwaliteit en Betrokkenheid als belangrijkste criteria werden erkend, vinden moeders nu het criterium Amusement het belangrijkste, gevolgd door Onschadelijkheid en Begrijpelijkheid
- Er is een verschil in de waardering van de redelijk belangrijke criteria; waar uit het onderzoek van Nikken (1999) volgde dat Amusement, Onschadelijkheid en Geloofwaardigheid als redelijk belangrijke criteria werden erkend, vinden moeders dit nu de criteria Educatief en Betrokkenheid.
- Uit de steekproef blijkt dat het criterium Geloofwaardigheid in 2013 niet meer door moeders wordt erkend. In plaats daarvan is Educatief als criterium gekomen.

- Er is een overeenkomst en verschil in waardering van minst belangrijke criteria; waar uit het onderzoek van Nikken (1999) volgde dat Aanwezigheid van rolmodellen als minst belangrijke criterium werd erkend, blijkt dit uit de steekproef nog steeds te gelden, al is deze waardering nu ook van toepassing op het criterium Esthetische kwaliteit waar deze voorheen een top drie positie innam.

Er kan dan ook geconcludeerd worden dat de lijst van typen criteria die uit de steekproef resulteerde, grotendeels overeenkomt met de lijst van Nikken (1999). Er zit echter wel een verschil in de relatieve waardering van de criteria tussen de lijst van Nikken en de steekproef.

#### 4.4 Conclusie contextfactoren

Om na te gaan in hoeverre de contextfactoren samenhangen met de mate waarin moeders het eens zijn met de kwaliteitscriteria, is er een meervoudige regressie analyse gedaan. Hierbij zijn de resultaten van de vraagstellingen over contextfactoren en demografie samengenomen als predictors van het belang van een criterium. Uit de frequentie analyse blijkt dat alle resultaten correct zijn ingevuld en er geen missende scores zijn. Voorafgaand aan de regressie analyses dient eerst te worden vastgesteld of er lineaire verbanden zijn tussen de continue variabelen en afhankelijke variabelen omdat het anders weinig nut heeft om de onderlinge samenhang tussen predictors te onderzoeken ten opzichte van een criterium. Tevens heeft het tot doel om antwoord te kunnen geven op de vermoedens vanuit de literatuur rondom onderlinge verbanden tussen de contextfactoren. Als er predictors zijn die een significant verband houden met een afhankelijke variabele in de correlaties, heeft het nut om een regressie analyses uit te voeren om na te gaan welke verbanden er over blijven. In de regressie analyses wordt dan ook gecontroleerd wat het onderlinge verband is met de predictors om zo te kunnen aangeven wat de unieke bijdrage of voorspelling is van elke predictor. Er is daarom gestart met een Pearson product-moment correlatiecoëfficiënt. Dit geeft aan of er lineaire (zowel positief als negatief) verbanden zijn tussen de on- en afhankelijke variabelen.

#### Pearson's analyse

Pearson's r-waarde hoort te liggen tussen 0.00 (geen relatie tussen de variabelen) en 1.00 ('perfecte' relatie tussen de variabelen). Afhankelijk van onder andere de

omvang van N (hoe groter N, hoe eerder een correlatie significant is) wordt aangenomen dat wanneer een r-waarde  $<0.20$  het verband minimaal is. Ligt de waarde  $0.20 > 0.40$  wordt deze klein tot gemiddeld genoemd, bij  $0.40 > 0.60$  wordt het gemiddeld tot groot genoemd en bij  $<0.60$  is er een redelijk tot groot verband. Uit de Pearson's analyse blijkt dat er diverse bivariate significante verbanden zijn tussen de predictors. Elke predictor heeft meerdere lineaire verbanden waarbij Pearson's  $r > 0.10$ . Ook hebben meerdere predictors tweezijdige significante ( $<0.005$ ) lineariteit in de variabelen. Uit de Pearson analyse valt te concluderen dat er bivariate verbanden zijn tussen de onafhankelijke variabelen, tussen de afhankelijke variabelen en tussen de on- en afhankelijke variabelen. De bivariate verbanden tussen de onafhankelijkheden geven antwoorden op enkele vermoedens vanuit de literatuur en zijn weergegeven in tabel V. Alle resultaten uit de Pearson's matrix zijn bijgevoegd in bijlage 5.2.

**Tabel V(1):** Bivariate verbanden tussen onafhankelijkheden in relatie tot vermoedens uit literatuur

Vermoeden	Resultaat
Meekijken naar een kinderprogramma kan samen hangen met arbeidsparticipatie en -frequentie.	Er is geen significant verband met arbeidsparticipatie ( $r=-0.105$ , $p=0.200$ ), -frequentie ( $r=-0.152$ , $p=0.063$ ) en de aanwezigheid na schooltijd ( $r=-0.021$ , $p=0.799$ ).
Het op de hoogte zijn van het mediagebruik van het kind kan samen hangen met arbeidsparticipatie en -frequentie.	Er is wel een significant verband met arbeidsparticipatie ( $r=0.264$ , $p=0.001$ ) en de aanwezigheid na schooltijd ( $r=0.027$ , $p=0.002$ ), maar niet met arbeidsfrequentie ( $r=-0.140$ , $p=0.087$ ).
Het op de hoogte zijn van het mediagebruik van het kind kan samen hangen met de mate van meekijken en aanwezigheid na schooltijd.	Er is een significant verband met meekijken ( $r=0.337$ , $p=0.000$ ) en met aanwezigheid na schooltijd ( $r=-0.247$ , $p=0.002$ ).
Het compensatiegedrag van ouders kan samen hangen met arbeidsparticipatie, -frequentie en aanwezigheid na schooltijd.	Er is geen significant verband met arbeidsparticipatie ( $r=-0.096$ , $p=0.396$ ), -frequentie ( $r=0.081$ , $p=0.475$ ) en aanwezigheid na schooltijd ( $r=-0.128$ , $p=0.259$ ).
De mate van mediaopvoeding kan samenhangen met arbeidsparticipatie en -frequentie.	Er is geen significant verband met arbeidsparticipatie ( $r=-0.042$ , $p=0.607$ ), -frequentie ( $r=-0.027$ , $p=0.747$ ).

**Tabel V(2):** Bivariate verbanden tussen onafhankelijkheden in relatie tot vermoedens uit literatuur (vervolg)

De mate van het richten op andere bronnen (partner, kind, derden, instituties) voor meningsvorming kan samen hangen met de mindere mate van meekijken.	Er is een significant verband met de mate van meekijken ( $r=-.186$ , $p=0.023$ [partner]), ( $r=0.266$ , $p=0.001$ [derden] en ( $r=-0.136$ , $p=0.018$ [instituties]). Er is geen significant verband met de mate van meekijken ( $r=0.107$ , $p=0.192$ [kind]).
In hoeverre ouders hun kind Mediawijs vinden kan samen hangen met de mate van mediaopvoeding.	Er is een significant verband met de mate van actieve opvoeding over media ( $r=.352$ , $p=0.027$ ).
De mate van individueel kijkgedrag( dus mindere mate van meekijken) kan samenhangen met het aantal televisies in huishouden en een televisie op de slaapkamer mate van meekijken door ouders.	Er is geen significant verband met de hoeveelheid televisies ( $r=-0.010$ , $p=0.899$ ) en een televisie de kinderslaapkamer ( $r=0.018$ , $p=0.827$ )
De kijktijd per dag van het kind kan samenhangen met stijgende toegang tot media door bijvoorbeeld een televisie op de kinderslaapkamer en de hoeveelheid televisies in het huishouden	Er is een significant verband met de aanwezigheid van een televisie op de slaapkamer ( $r=.284$ , $p=0.08$ ) en de hoeveelheid televisies in het huishouden ( $r=0.156$ , $p=0.017$ ).

Uit de gesprekken in het vooronderzoek bleek ook dat in huishoudens waar meer media apparatuur aanwezig is, kinderen dit ook meer gebruiken.

*“Ja, qua computers is het thuis net een bedrijf. Overal staan computers, en daar maken ze natuurlijk graag gebruik van om mee te spelen. En als het op is, dan gaan ze meestal boven gamen. Ik moet ze soms echt naar buiten sturen want soms zit de halve klas hier”*

S. G., Hilversum

Uit de Pearson analyse blijkt dat er enkele predictors zijn die onderling aanzienlijk correleren ( $r > 0.5$ ), waarbij multicollineariteit mogelijk is; het effect op de afhankelijke variabele is dan arbitrair, want beide onafhankelijke verklaren vrijwel dezelfde variatie op de afhankelijke variabele. Dit komt voor bij de predictors 41.1 (mediawijsheid is meer van toepassing op respondent dan kind) en 41.2 (mediawijsheid is meer van toepassing op kind dan respondent) en valt te verklaren doordat de predictors complementair aan elkaar zijn: is het antwoord bij 41.1 “ja”, dan is het bij 41.2 “nee”. Dit zorgt ervoor dat de correlaties met andere onafhankelijke variabelen identiek zijn. Ook predictor 27 en 31 hebben een aanzienlijke correlatie ( $r=0.597$ ,  $p=0$ ) en lijken op elkaar; uitleg geven over een

programma valt onder actieve opvoeding over mediagebruik. Tot slot treffen we bij de meerkeuze predictors 26.1-26.3 (meningsvorming op basis van welke invloed), 30.2-30.3 (welke bezigheden tijdens meekijken), 35.1-35.3 (wie als mede mediaopvoeder) ook hogere correlaties ( $r > 0.5$ ) aan. Deze predictors zijn geconverteerd naar dichotome antwoorden (zie paragraaf 3.2.1) en het is dus logisch dat ze onderling aanzienlijk correleren. Aangezien meerdere predictors correleren en het totaal aantal predictors erg groot is (wat mogelijk leidt to teveel invloed op de df), is er voorafgaande aan de regressie analyse een factoranalyse gedaan. Dit had tot doel om dimensies te zoeken in de predictors en het aantal predictors te reduceren tot zinvolle factoren.

### Factoranalyse

Opnieuw is de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) meting en Bartlett's test uitgevoerd om te bepalen of de factoranalyse gerechtvaardigd is. Dit bleek niet het geval. Na verwijdering van de vragen, 26.1 (mening over programma o.b.v. eigen mening), 30 (bezigheden tijdens meekijken), 33 (toestaan van kijken ondanks verbod) en 34 (reden om ondanks verbod kijken toe te staan) is de waarde van de KMO meting 0.642 en is de Bartlett's test significant (Chi-Square = 860.3643, df = 178 en significantie  $< 0.000$ ). Er laden geen items  $> 0.9$ . Een factoranalyse over de data is dan toegestaan. Uit de principale componenten factoranalyse (uitgevoerd met varimax-rotatie en ladingverwijdering  $< 0.45$ ) blijkt dat de concepten zijn in te delen in 9 factoren. Echter laden er diverse combinaties van items die inhoudelijk niet kloppen en waarbij we achteraf moeten concluderen dat deze niets bijdragen in de factorlading. Ondanks dat ze statistisch wel overeenkomen is er geen (of een discutabele) inhoudelijke overeenkomst in de factor. De drie items in factor 1 gaan over het op de hoogte zijn van wat er wordt gekeken en de mate van meekijken. Ondanks dat ze statistisch overeenkomen is er inhoudelijk een verschil in het op de hoogte zijn van wat er wordt gekeken (item 25), en het daadwerkelijk meekijken en de meekijktijd (item 28 en 29). Gezien de mate van meekijken een factor is die ook uit de literatuur naar voren komt, is item 25 verwijderd. Factor 2 bestaat uit vier items, waarvan drie items (46-48: aantal kinderen in huishouden [ $< 18$  en 4-12 jr.] en aanwezigheid partner) gaan over de gezinsgrootte. Item 40 (leeftijd) laadt ook in deze factor omdat oudere respondenten mogelijke meer kinderen hebben.

Aangezien item 40 voor deze factor onbruikbaar is, is het item verwijderd. Factor 4 bestaat uit vijf items over Mediawijsheid. Echter dragen item 41.1 en 41.2 inhoudelijk niets bij; ze gaan over wie er, in vergelijking tot elkaar, meer Mediawijs is; de respondent of het kind. De andere drie items (38-40: bekendheid met Mediawijsheid en in hoeverre dat op respondent en kind van toepassing is) gaan over de bekendheid met Mediawijsheid. Item 41.1 en 41.2 zijn onbruikbaar en zijn uit de factor verwijderd. Factor 6 bestaat enerzijds uit items waarin het gaat over welke informatie de respondenten gebruiken in hun meningsvorming voor criteria (item 26.2-26.5) en anderzijds uit items waarin wordt aangegeven wie er als mede opvoeder wordt gezien (item 35.1-35.4). Uit de literatuur blijkt dat informatie van derden een factor is die meningsvorming over criteria kan beïnvloeden. Item 35 is hier onbruikbaar en verwijderd. De rest van de lading sluit zowel inhoudelijk als statistisch bij elkaar aan en aan de hand van de items is er nagegaan wat de factoren voor dimensies weergeven. In factor 3 laden items over dienstverband (item 44), de mate van arbeid (item 45) en de mate van aanwezigheid thuis na schooltijd (item 49). Het laatste item laadt negatief, maar dit is logisch gezien de mate van aanwezigheid afneemt bij toenemende arbeid. In factor 5 laden items over het televisiegebruik per dag van zowel het kind (item 36) als de respondent (item 51). In factor 7 laden 4 items over het gebruik van mediaopvoeding. De items 28 (meekijken), 31 (actieve begeleiding) en 32 (restrictieve begeleiding) geven de mate van gebruik van de drie varianten van mediaopvoeding weer. Item 27 geeft aan of ouders bewust actieve mediaopvoeding geven. In factor 8 laden items over het aantal televisies in het huishouden, zowel in de kinderkamer (item 37) als in het totale huishouden (item 50). In factor 9 laadt het afgeronde opleidingsniveau. De dimensies zijn weergegeven in de bovenste rij van tabel VII en de gehele lading van de items is ingevoegd in bijlage 5.3.

Tabel VII: Factoranalyse voor dimensies predictoren Rotated Component Matrix

	Component								
	1 Mate van meekijken	2 Gezins-grootte	3 Mate van arbeids-participatie	4 Bekendheid met en mate van Media-wijsheid	5 Mate van televisie-gebruik in huishouden	6 Informatie van derden voor menings-vorming	7 Mate van het geven van media-opvoeding	8 Aantal televisies in huishouden	9 Opleidings-niveau
28 Meekijken met kinderprogramma	,851						,452		
29 Meekijktijd kinderprogramma	,537								
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar		,897							
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar		,814							
46 Aanwezigheid partner		,621							
44 Dienstverband respondent			,813						
45 Arbeidsuren per week respondent			,785						
49 Aanwezigheid thuis na schooltijd			-,462						
38 Bekendheid met term Mediawijsheid				,842					
39 Mediawijsheid van toepassing op respondent				,778					
40 Mediawijsheid van toepassing kind				,642					
36 Minuten gebruik televisie per dag kind					,752				
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent					,583				
26.2 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner						,864			
26.3 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw kind						,748			
26.4 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van derden						,702			
26.5 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van classificatiesystemen						,618			
27 Actieve opvoeding over mediagebruik							,870		
31 Uitleg kinderprogramma							,757		
32 Verbieden van bepaalde programma's							,643		
37 Televisie op kinderslaapkamer								,801	
50 Aantal televisies in huishouden								,637	
43 Hoogst afgeronde opleiding									,818

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 9 iterations.

De dimensies bestaan uit diverse items die samenhangen met de sub factoren uit hoofdstuk 2 en kunnen dan ook worden ingedeeld onder de hoofdfactoren. Dit leidt tot de indeling in tabel VI.



**Tabel VI: Indeling van dimensies o.b.v. hoofdfactoren uit literatuur**

Hoofdfactor uit literatuuronderzoek	Dimensie uit factoranalyse
(A) Gezins situatie	2 Gezinsgrootte 3 Mate van arbeidsparticipatie 9 Opleidingsniveau
(B) Mediaopvoeding	1 Mate van meekijken 4 Mate van Mediawijsheid 6 Informatie van derden voor meningsvorming 7 Mate van het geven van mediaopvoeding
(C) Medialandschap	5 Mate van televisiegebruik in gezin 8 Aantal televisies in huishouden

## Regressie analyse

Uit de regressie analyses (enter methode) blijkt dat er een aantal predictors zijn die een significante bijdrage leveren aan een factor ( $p < .050$ ). Deze zijn in tabel VIII gemarkeerd.

**Tabel VIII: Output regressie analyse**

Coefficientsa	a Dependent Variable: Criterium Amusement	a Dependent Variable: Criterium Onschadelijkheid	a Dependent Variable: Criterium Begrijpelijkheid	a Dependent Variable: Criterium Educatief	a Dependent Variable: Criterium Betrokkenheid	a Dependent Variable: Criterium Esthetische kwaliteit	a Dependent Variable: Criterium Rolmodellen	a Dependent Variable: Criterium Geloofwaardigheid
	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients	Standardized Coefficients
	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta	Beta
1 Mate van meekijken	0,110	0,147**	-0,081	-0,18	0,13	-0,182**	-0,210	-0,115
2 Gezinsgrootte	0,148	0,90	-0,041	0,02	-0,144	-0,070	-0,041	-0,071
3 Mate van arbeidsparticipatie	0,206**	0,089	0,014**	0,104	-0,029**	0,015	0,095	0,126
4 mate van Mediawijsheid	0,068	0,043	-0,021	-0,051**	-0,078	0,205	0,017	-0,131
5 Mate van televisiegebruik in gezin	0,084	0,001	-0,087	0,067	-0,098	0,048	0,203**	0,069
6 Informatie van derden voor meningsvorming	0,034	0,241**	-0,140	-0,181	-0,050	0,248**	-0,091	0,040
7 Mate van het geven van mediaopvoeding	-0,225**	-0,049	-0,186**	-0,159	-0,119	0,161**	-0,18**	0,064
8 Aantal televisies in huishouden	-0,131	-0,041**	-0,007	0,05	-0,118	0,194	0,175**	-0,087
9 Opleidingsniveau	0,025	-0,059	-0,264**	-0,131	-0,165**	0,01	-0,117	-0,143

\*\* Significant at the  $< .050$

Uit de tabel is op te maken dat er tussen een aantal predictors en criteria een correlatieve verband is. Zo hangt de mate van meekijken samen met het criterium Onschadelijkheid: er is een verklaarde variantie van 12,8 %. We kunnen hier uit opmaken dat ouders die meer belang hechten aan Onschadelijkheid meer meekijken. De tabel geeft het volgende overzicht:

- De mate van arbeidsparticipatie en het geven van mediaopvoeding hangen beide samen met het criterium Amusement. Ouders die meer belang hechten aan Amusement zijn meer aan het werk en geven minder mediaopvoeding.
- De mate van meekijken, het gebruik van informatie van derden in meningsvorming en het aantal televisies in een huishouden hangen samen met het criterium Onschadelijkheid. Ouders die meer belang hechten aan Onschadelijkheid kijken meer mee, gebruiken meer informatie van derden in hun meningsvorming en hebben minder televisies in hun huishouden.
- De mate van arbeidsparticipatie, het geven van mediaopvoeding en de hoogst afgeronde opleiding hangen samen met het criterium Begrijpelijkheid. Ouders die meer belang hechten aan Begrijpelijkheid hebben een hogere arbeidsparticipatie, maken minder gebruik van informatie van derden, geven minder mediaopvoeding en hebben een lager opleidingsniveau.
- De mate van Mediawijsheid in een gezin hangt samen met het criterium Educatief. Ouders die minder Mediawijs zijn hechten meer belang aan Educatief.
- De mate van arbeidsparticipatie en opleidingsniveau hangen samen met het criterium Betrokkenheid. Ouders die meer belang hechten aan Betrokkenheid hebben een lagere mate van arbeidsparticipatie en een lager opleidingsniveau.
- De mate van meekijken, het gebruik van informatie van derden in meningsvorming en het geven van mediaopvoeding hangen samen met het criterium Esthetische Kwaliteit. Ouders die meer belang hechten aan Esthetische Kwaliteit kijken minder mee, maar maken meer gebruik van informatie van derden en geven meer mediaopvoeding. Het laatste is opvallend omdat, gezien het minder meekijken, de toename in mediaopvoeding dus zal gebeuren in de andere twee variaties; actieve- en restrictieve begeleiding.
- De mate van het televisiegebruik in het gezin, het geven van mediaopvoeding en het aantal televisies in het huishouden hangen samen met het criterium Rolmodellen. Ouders die meer belang hechten aan Rolmodellen hebben meer

televisies in het huishouden waarop meer televisie gekeken, maar ze geven minder mediaopvoeding.

- ▣ Er zijn geen factoren die samenhangen met Geloofwaardigheid.

## 5 Conclusie onderzoek

### 5.1 Conclusie

In deze thesis ben ik zoek gegaan naar de criteria die ouders nu hanteren en in hoeverre het aannemelijk is dat mogelijke veranderingen in de gehanteerde criteria door maatschappelijke factoren worden beïnvloed. Dit is gedaan aan de hand van drie vragen:

1. Hanteren ouders in deze sterk gemedialiseerde tijd nog dezelfde kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's als ouders van vroeger?
2. Welk belang hechten ouders aan de huidige gebruikte kwaliteitscriteria?
3. Welke factoren spelen een rol in de kwaliteitscriteria die ouders hanteren?

#### Kwaliteitscriteria en waardering

Het resultaat van de eerste vraag leidt tot een lijst van zes criteria; begrijpelijkheid, betrokkenheid, amusement, onschadelijkheid, educatief en aanwezigheid van rolmodellen. De gevonden criteria verschillen dus niet wezenlijk met de lijst van Nikken (1999). We kunnen concluderen dat ouders in 2013 voornamelijk dezelfde criteria hanteren als vroeger. Dit valt te verklaren doordat de gevonden criteria voor kinderprogramma's door ouders breder gehanteerd worden dan alleen voor kinderprogramma's. Zo geven ouders aan dat zij in hun opvoeding in het algemeen dezelfde waarden hanteren en dat de opgestelde criteria volgens hen ook van toepassing zijn op boeken, videospelletjes en films. De criteria worden dus niet alleen gehanteerd als kwaliteitscriteria voor een kinderprogramma, maar ook voor andere zaken in de opvoeding van kinderen. Als er wel een groot verschil zou zijn tussen de criteria uit 1999 en 2013, dan had dit erop kunnen duiden dat ouders in hun algemene opvoeding ook andere criteria zijn gaan gebruiken tussen 1999 en 2013, en dat kinderen nu mogelijk anders opgevoed worden. Ondanks de verschillen in de huidige opvoeding en die van vroeger, is de basis dus hetzelfde gebleven en dit geldt ook voor de criteria.

*“Een voorbeeld functie of rol in een programma houd ik wel van. Ik probeer me thuis niet direct als rolmodel op te stellen, maar probeer ze wel altijd het goede voorbeeld te geven, bijvoorbeeld aan tafel. Mijn man heeft daar wat meer moeite mee”*

E. H., Hilversum

*“Zo dat is inderdaad niet zo’n grote lijst, maar wat me wel opvalt is dat ik dit eigenlijk ook belangrijk vind bij een videospelletje of een film. Al verschilt dat natuurlijk wel”*

J. P., Laren

Voor het resultaat van de tweede vraag is er een steekproef (n=150) gehouden onder moeders. Ook hier zijn er relatief weinig verschillen met het onderzoek van Nikken (1999). Opvallend is dat Amusement nu als relatief belangrijkste criterium wordt gezien en dat Esthetische kwaliteit nu relatief minder van belang is dan in 1999. Zoals uit de regressie blijkt zou de daling van Esthetische waardering kunnen samenhangen met de mate van minder meekijken. Ook is het mogelijk dat ouders, door de toename van aanbod juist nu andere criteria belangrijker zijn gaan vinden.

### **Factoren die samenhangen met het belang van de kwaliteitseisen**

In het onderzoek naar de derde vraag is gestart met een literatuur onderzoek. Daaruit bleek dat er enkele factoren zijn te benoemen die mogelijk invloed hebben op de gehanteerde kwaliteitscriteria en waardering, zoals een veranderende gezinssituatie, verandering in mediaopvoeding en media gebruik, en verandering in het medialandschap. Met een regressie analyse is onderzocht welke verbanden er tussen de predictoren en afhankelijke criteria zijn.

Uit de resultaten blijkt dat de gezinssituatie samenhangt met de criteria Amusement, Begrijpelijkheid en Betrokkenheid. Als er in het gezin een hogere mate van arbeidsparticipatie is, wordt er meer belang gehecht aan de criteria Amusement en Begrijpelijkheid, en minder aan Betrokkenheid. Het vermoeden was dat ouders bij een hogere arbeidsparticipatie eerder geneigd zijn om mee te gaan in de wensen en criteria van kinderen. Dit wordt deels bevestigd doordat er meer belang wordt gehecht aan Amusement en Begrijpelijkheid; uit het onderzoek van Nikken (1999) blijkt dat deze criteria ook door kinderen erg belangrijk worden gevonden. Vanuit de literatuur is het moeilijk om een verklaring te vinden voor het mindere belang in Betrokkenheid. De verwachting dat ouders die werken minder op de hoogte zijn van het mediagebruik, wordt bevestigd. Door het grote aanbod vinden ouders wellicht Betrokkenheid minder van belang; er is immers aanbod genoeg om te kijken en dus

is het minder belangrijk dat kinderen betrokken blijven bij het programma. Deze verklaring is echter louter speculatief. Wat niet wordt bevestigd, is de verwachte samenhang van de mate van arbeidsparticipatie op het criterium Onschadelijkheid. Dit is opvallend omdat uit de interviews bleek dat ouders Onschadelijkheid wel als een van de eerste criteria noemden. Uit de regressie blijkt ook dat ouders met een hoger opleidingsniveau minder belang hechten aan Begrijpelijkheid en Betrokkenheid en dat de gezinsgrootte geen samenhang heeft met de waardering van criteria. We kunnen dan ook concluderen dat er (weliswaar beperkte) resultaten zijn waaruit blijkt dat situaties in het gezin samenhangen met de meningsvorming van ouders over criteria van kinderprogramma's.

Uit de regressie analyse blijkt dat mediaopvoeding samenhangt met de criteria Amusement, Onschadelijkheid, Begrijpelijkheid, Educatief, Esthetische Kwaliteit en Rolmodellen. Uit de resultaten valt op te maken dat ouders die meer waarde hechten aan Amusement en Begrijpelijkheid minder mediaopvoeding geven. Aangezien er een significante correlatie is tussen weten wat kinderen aan mediagebruiken en de mate van mediaopvoeding, zou een verklaring kunnen zijn dat ouders die minder mediaopvoeding geven ook minder weten wat de kinderen kijken en mogelijk dus eerder meegaan in de criteria van de kinderen in hun meningsvorming. Een andere mogelijkheid is dat ouders die hun kinderen minder mediaopvoeding geven hen zelfstandiger achten in het gebruik van media. Daardoor kunnen kinderen meer hun eigen keuze maken en zullen ouders geneigd zijn om hun eisen aan te passen aan die van hun kinderen. Echter geven de resultaten uit het onderzoek hier geen uitsluitsel over. Ouders die Onschadelijkheid belangrijk vinden, kijken mogelijk meer mee en laten zich meer informeren door derden. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat vele instituties wellicht informatie verstrekken vanuit een beschermend karakter, echter is in deze thesis hier geen onderzoek naar gedaan. Ook blijkt dat wanneer er een grotere mate van Mediawijsheid is, er minder belang wordt gehecht aan het criterium Educatief. Mogelijk komt dit omdat ouders er vanuit gaan dat bij een toenemende Mediawijsheid kinderen zelfstandig en kritisch genoeg zijn en dat educatie daardoor minder belangrijk wordt gevonden in een programma. Ouders die meer belang hechten aan Esthetische Kwaliteit kijken minder mee, maar geven meer mediaopvoeding en hun mening wordt meer beïnvloed door derden. Een mogelijke

verklaring kan zijn dat ouders voornamelijk door informatie van derden over het programma, of uit ervaringen uit het verleden het criterium belangrijk vinden. Diverse instituties adviseren bijvoorbeeld om bij jonge kinderen het gehalte “prikkel” te beperken. Zoals uit de interviews bleek, waren diverse ouders minder blij met de “prikkel” van vooral cartoons. Er zijn echter geen resultaten om deze verklaring te staven. Tot slot blijkt uit de regressie dat verandering in media opvoeding ook samenhangt met de het criterium Rolmodellen. Dit valt te verklaren doordat bij een toenemende mediaopvoeding, bijvoorbeeld in actieve begeleiding, een rolmodel in een programma minder belangrijk is omdat ouders de context verduidelijken van er wordt gekeken. Ondanks dat ouders aangeven mediaopvoeding belangrijk te vinden blijkt uit de regressie dat, wanneer er meer waarde wordt gehecht aan diverse criteria, mediaopvoeding minder van belang wordt geacht. Ook is het contrasterend dat ouders wel aangeven mee te kijken, maar dat slechts een kleine groep zich hier dan volledig aan wijdt. Een zelfde inconsequentie is er als ouders kinderen een verbod op leggen: bijna twee-derde is niet consequent in hun handhaving terwijl het aannemelijk is dat “voorkomen beter is dan genezen”. Een mogelijke oorzaak van de beperkte mediaopvoeding zou de verwachte samenhang met de toegenomen mate van arbeid en afwezigheid na schooltijd kunnen zijn. Echter bevestigen de resultaten dit niet. Het kan mogelijk wel met bewustwording te maken hebben, want er is wel een verband tussen actief mediaopvoeding geven en restrictieve acties maar andersom niet. Het kan dat niet alle ouders zich er dus van bewust zijn dat ze mediaopvoeding geven. We kunnen dan ook concluderen dat veranderende situaties in de mediaopvoeding samenhangen met de meningsvorming van ouders over criteria van kinderprogramma’s.

*“Waar ik Evelien echt mee kan straffen, is als ze bepaalde series niet mag zien en vroeg naar bed moet. Daar dreigen we wel eens mee als ze haar eten niet wilt opeten of erg vervelend is. Helaas krijg ik dan vaak wel een verwijt terug, en ga ik dan overstag. Ja, het is niet echt consequent, maar ik weet dat ik niet veel thuis ben. Als ik dan wel alle tijd voor de kinderen heb, wil ook wel dat het gezellig is.”*

L. V., Eemnes

Uit de regressie analyse blijkt dat veranderingen in het medialandschap en technologie slechts beperkt samenhangt met de criteria: er is alleen een verband

met de criteria Onschadelijkheid en Rolmodellen. Wanneer ouders meer belang hechten aan Onschadelijkheid zijn er minder televisies in het huishouden. Het kan zijn dat het beschermend karakter van Onschadelijkheid en Rolmodellen samenhangt met het beperken van de toegang die kinderen tot televisie hebben. Uit het onderzoek blijkt dat er in huishoudens met meer toegang tot media meer gebruik wordt gemaakt van media. Het vermoeden dat een vergroot aanbod in en toegang tot media mogelijk leidt tot een verandering in eisen, wordt maar deels bevestigd; minder toegang hangt samen met minder belang bij bijvoorbeeld Onschadelijkheid en meer belang in Rolmodellen. Meer toegang en aanbod leiden daarnaast niet tot meer toezicht van ouders: uit de correlaties blijkt dat in huishoudens waar kinderen veel toegang hebben tot media ouders niet actiever zijn in hun mediaopvoeding. Wel is er een verband tussen de mate van kijktijd van het kind en de meekijktijd van ouders. Ouders zijn zich er dus wel van bewust dat wanneer hun kinderen veel televisie kijken, ze langer moeten meekijken, maar meer of vaker meekijken met kinderen die veel televisiekijken wordt niet bewezen. Een mogelijke verklaring waarom de samenhang beperkt is, kan zijn dat ouders ontbrekende kennis hebben over het aanbod en de mogelijkheden. Er blijkt namelijk wel een verband te zijn tussen het op de hoogte zijn van het mediagebruik en de aanwezigheid. Doordat ouders wellicht minder zicht hebben op wat er aan aanbod, toegang en gebruik is, kan het zijn dat ze hun eisen daar minder op aanpassen. We kunnen dan ook stellen dat verandering in het medialandschap en technologie factoren zijn die beperkt samenhangen met kwaliteitscriteria van ouders.

*Welk belang hechten ouder aan kwaliteitscriteria voor kinderprogramma's en welke factoren spelen hier een rol in?*

Na dit onderzoek kunnen we stellen dat de kwaliteitscriteria en waardering voor kinderprogramma's in 2013 relatief weinig verschillen met de resultaten uit voorgaand onderzoek: dit valt te verklaren doordat de criteria vrij generiek gelden voor de gehele opvoeding en dat deze tussen 1999 en nu nauwelijks is gewijzigd. Factoren die een rol spelen in de belangen die ouders hechten aan kwaliteitscriteria zijn te beperken tot voornamelijk de mediaopvoeding en de aanwezigheid. Zowel



veranderingen in gezinssituaties, medialandschap en technologische veranderingen leiden met name naar situaties waarin ouders minder aanwezig kunnen zijn tijdens mediagebruik, of minder op de hoogte zijn van het mediagebruik, of het overzicht niet hebben van het aanbod, toegang en mediagebruik. Dit hangt samen met de mate en manier van mediaopvoeding en de manier waarop ouders zich, weliswaar beperkt, laten beïnvloeden in hun mening over kwaliteitscriteria. De factoren zijn vooral van invloed op elkaar, creëren wel de context en voorwaarden waarin ouders hun mening vormen, maar zijn niet dus doorslaggevend in het gebruik van criteria en waardering. We kunnen dan ook concluderen dat ouders over het algemeen helder hebben wat ze onder kwaliteit in een kinderprogramma verstaan en dat zij zich maar beperkt laten beïnvloeden door veranderende factoren in hun mening. De verwachte verandering in de criteria en waardering is er nauwelijks en we kunnen dan ook concluderen dat kwaliteitscriteria van kinderprogramma's niet tijd- en generatie afhankelijk zijn.

## 5.2 Discussie en aanbeveling

Uit het onderzoek blijkt dat er nauwelijks verschil zit in hoe ouders in 2013 om gaan met kwaliteitscriteria. Gezien de mogelijke verklaringen die hiervoor worden gegeven, is het aannemelijk dat een volgende generatie dezelfde criteria zal hanteren, of deze wellicht iets anders zal waarderen. Wel moet de nuance worden gemaakt dat dit onderzoek uit gaat van een beperkte steekproef met afgebakende vragen, die achteraf niet altijd antwoord gaven op onderliggende vragen waardoor de statistische mogelijkheden beperkt waren. Zo is het bijvoorbeeld interessant om te zien wat een factoranalyse oplevert bij een grotere steekproef met meer conceptstellingen en wat een GLM analyse of paired sample T-test zou opleveren als we de gemiddelde schaalscores verspreid over meerdere jaren met elkaar zouden vergelijken. Wellicht is het dan mogelijk dat er dan een trend vormt waar onderzoekers en programma makers op kunnen anticiperen.

Deze thesis is beperkt tot ouders, en dan in het bijzonder moeders. Het proefschrift van Nikken (1999) bestaat echter uit een vervolg onderzoek onder kinderen, programma makers en recensenten. Aangezien de criteria en waardering, maar licht veranderd zijn, is het interessant om na te gaan in hoeverre dit ook van toepassing is op deze vervolgonderzoeken. Het is hypothetisch mogelijk dat hier

wellicht wel grotere verschillen in onderzoeksresultaten naar voren komen, omdat ook deze zullen voortkomen uit onderzoek onder een andere generatie en met wellicht een andere werkwijze. Het is dan ook aan te bevelen om een systeem te ontwikkelen waarin op regelmatige basis criteria van kinderprogramma's worden her beoordeeld en worden getoetst aan de tand des tijd, wanneer deze bijvoorbeeld worden gebruikt bij beoordelingen van kinderprogramma's.

Het proces van meningsvorming van ouders is beïnvloedbaar door diverse factoren, maar in deze thesis is er slechts onderzoek gedaan naar enkele factoren die uit het literatuur onderzoek rondom media naar boven kwamen. Er zullen meerdere factoren van invloed zijn en dat maakt het interessant om na te gaan welke dit zijn en wat hun precieze invloed is. Het strekt dan ook tot aanbeveling om nader onderzoek te doen naar factoren die ouders beïnvloeden in bijvoorbeeld hun mediaopvoeding.

Deze thesis geeft wel antwoord op in hoeverre ouders (naar eigen zeggen) mediaopvoeding geven, maar een effectmeting ligt buiten de scope van het onderzoek. Het is belangrijk om hier onderzoek naar te doen, omdat kinderen steeds vaker op jonge leeftijd 'volwassen' worden verklaard. Een mogelijk gevaar is dat kinderen op jongere leeftijd een verzelfstandiging moeten doormaken ("dat kan je zelf wel hè"), verantwoordelijkheden krijgen toegeschoven ("je weet toch dat mama dat liever niet wil"), maar dat het niet helder is of mediaopvoeding op de huidige manier de kinderen de juiste handvatten geeft voor mediagebruik en of het oplevert wat het beoogt. Aangezien een groot deel van ouders aangeeft dat zij de school en hun partner zien als gezamenlijke leermeesters, strekt het tot aanbeveling om hier een gezamenlijk aanpak in te hebben, waarbij zou moeten worden begonnen met onderwijzing van de ouders in hun mediawijsheid en mediaopvoeding. Tevens zullen ouders moeten beseffen dat er binnen het onderwijs wel aan mediaonderwijs wordt gedaan, maar dat hun bijdrage van groot belang is. Net als bij rekenen en taal zullen ouders ook bij het leren over media moeten ondersteunen. Gebeurt dit niet dan zullen, aangezien het mediagebruik in rap tempo toeneemt, zowel de school als ouders er voor moeten waken dat hier geen tweedeling ontstaat. Een mogelijk vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het ontwikkelen van een gelijk referentiekader binnen onderwijs, ouders en kinderen over het gebruik van media en in mediawijsheid. Uiteraard zijn

verschillende instituties hier al mee bezig, maar uit de veldgesprekken bleek helaas dat veel ouders niet concreet weten wat er allemaal speelt.

Voor instituties is het dan ook van belang om te heroverwegen welke plek zij willen innemen in de mediaopvoeding van ouders. Op het moment zijn er diverse instituties te vinden op het internet, die allen advies geven over zowel maximale televisie uren en minimumleeftijden voor programma's. Het is echter de vraag of ouders de instituties gevonden krijgen. Kijkwijzer is als institutie zichtbaar op televisie en op de verpakkingen van video's, maar andere instituties zijn voornamelijk op internet te vinden en in (vak)bladen. Wanneer ouders vragen hebben over de mediaopvoeding, is het kiezen uit een grote hoeveelheid mogelijke adviezen. Het blijkt dat Kijkwijzer op het moment vooral gebruikt wordt als controlerend middel, en in mindere mate als sturend. Opvallend, want dat lijkt in strijd met het doel van Kijkwijzer: kinderen behoeden voor mogelijke schadelijke invloeden van media. Als instituties een sturend middel willen zijn, zullen ze zich ook buiten het internet om beter bekend moeten maken, meer samenwerken met elkaar en vooral moeten nagaan waarom en hoe ouders hun advies in een uiteindelijke beoordeling meenemen. Ouders hebben er meer aan om één duidelijk adviesorgaan te kunnen raadplegen, dan om flinters informatie te zoeken op het Internet.

Tot slot, deze thesis richt zich uitsluitend op kwaliteitscriteria van kinderprogramma's op televisie en daar blijkt uit dat voor ouders niet veel zijn veranderd. Uiteraard zijn er vele vormen van media apparatuur die kinderen in 2013 gebruiken en beperkt het mediagebruik van kinderen zich niet meer tot alleen televisie. Uit peilingen van het NOS Jeugdjournaal komt naar voren dat driekwart van de kinderen een mobiele telefoon heeft (N= 1700, 8 tot 13 jaar, april 2011) en dat vier op de vijf kinderen een profiel op community sites als Hyves en Facebook heeft. Voor de huidige generatie kinderen hebben (nieuwe) media een andere plek in hun leven dan in het leven van hun ouders. Als oudere generatie is het dan ook van groot belang om dit begrijpen, hier in mee te groeien en te blijven waken voor de kwaliteit. Het is dan ook wellicht verstandig om als onderzoeker, beleidsmaker, ouder en leraar ook zelf de 'schoolbanken' weer eens op te zoeken om te blijven leren hoe we kwaliteit in media en mediagebruik kunnen blijven waarborgen.

## Literatuur en bronnen

- [Kijkwijzer uitgelegd: Wat is Kijkwijzer?]. (z.j.). Geraadpleegd op <http://www.kijkwijzer.nl/index.php?id=74>
- [Over NTR]. (z.j.). Geraadpleegd op <http://www.ntr.nl/page/over-ntr>
- Biltreyest, D., & De Smaele, H. (2000). *Transformatie en continuïteit van de Europese televisie*. Gent: Academia Press.
- Bottelberghs, I. (2007). *Consumensjes: over kinderen, reclame en communicatie*. Leuven: Uitgeverij LannooCampus.
- Brown, H.J. (2008). *Videogames and education*. New York: Sharpe.
- Buijzen, M., Bomhof, E., & Schuurman, J. (2008). A test of three alternative hypotheses explaining the link between children's television viewing and weight status. *Journal of Children and Media*, 2, 67-74.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). *Statline Media en ICT; gebruik televisie, krant, pc en internet* (CBS, 15-05-2013). Geraadpleegd op <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=70655ned&D1=a&D2=0-2&D3=2,7&HDR=G2,T&STB=G1&VW=T>
- De Boer, C., & Brenneke, S.J. (1998). *Media en publiek: Theorieën over media impact*. Amsterdam: Boom.
- De Haan, J., & Pijpers, R. (2010). *Contact! Kinderen en nieuwe media*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Duimel, M., & De Haan, J. (2007). *Nieuwe links in het gezin: de digitale leefwereld van tieners en de rol van hun ouders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Eckes, T., & Trautner, H.M. (2000). *The developmental social psychology of gender. Mahwah*. New Jersey: Erlbaum.
- Fiske, J. (1988). *Television Culture*. London: Routledge.
- Hall, S., (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage.
- Hansen, F. (2002). *Children: consumption, advertising and media*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Hermes, K., & Reesink, M. (2003). *Inleiding televisiestudies*. Amsterdam: Boom.
- Johnsson-Smaragdi, U. (1983). *TV use and Social Interaction in Adolescence; A Longitudinal Study*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Kamerstuk Tweede Kamer der Staten-Generaal. (1997). *Brief van Staatssecretarissen van V.W.S., O.C&W. en de Minister van Justitie: Bescherming van jeugdigen tegen schadelijke invloeden van audiovisuele media* (Rijksoverheid, 15-08-2012). Geraadpleegd op <http://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-25266-4.html>
- Koolstra, C., & Lucassen, N. (2004). Viewing behaviour of children and TV guidance by parents: a comparison of parent and child reports. *The European journal of communications*, 29, 179-198.
- Korswagen, C.J.J. (1992). *Doeltreffend leidinggeven en deelnemen aan twee-vraaggesprekken*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Lemish, D. (2007). *Children and television: a global perspective*. Oxford: Blackwell.
- Livingstone, S., & Bovill, M. (2001). *Children and their changing media environment: a European comparative study*. New York: Erlbaum.
- Mankowski, E.S., & Wyer, R.S. (1996). Cognitive Processes in Perceptions of Social Support. *Educational Administration Abstracts*, 22, 894-905.
- MarketResponse, (2006). *Televisie kijken in Nederland. Deel 3: Meting* (MarketResponse, 18-11-2012). Geraadpleegd op <http://www.marketresponse.nl>
- McNeal, J.U. (1992). *Kids as customers; A handbook of marketing to children*. New York: Lexington Books.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage.
- Muffoletto, R. (2007). *Multicultural education, the internet, and the new media*. New Jersey: Hampton Press.
- Nikken, P. (1999). *Quality in Children's Television*. (Proefschrift). Universiteit Leiden, Leiden.
- Nikken, P., & Van Der Voort, T.H.A. (1996). Maternal quality standards for children's television programs. *Journal of Educational media*, 22(1), 41.
- Nikken, P., & Van der Voort, T.H.A. (1997). Children's views on quality standards for children's television programs. *Journal of Educational media*, 23(2-3), 169-188.
- Nikken, P. (2002.) *Kind en media, weet wat ze zien*. Amsterdam: Boom.
- NJI, (z.j.). *Dossier Mediaopvoeding*. Geraadpleegd op <http://www.nji.nl/eCache/DEF/1/09/717.html>

- Olden, H. (1986). *Kinderen en televisie kijken: een bijdrage aan de meningsvorming en opvoeding tot mediaconsument, thuis en op school*. Den Bosch: Malmberg.
- Pardoën, J., & Pijpers, R. (2005). *Mijn kind online: hoe begeleid je je kind op internet*. Amsterdam: Uitgeverij SWP.
- Pecora, N., Murray, J.P. & Wartella, E.A. (2007). *Children and Television: Fifty Years of Research*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Raad van Cultuur. (2005). *Over ons* (RvC 18-07-2012). Geraadpleegd op <http://www.cultuur.nl/9/0/over-ons.aspx>.
- Roberts, D.F., Foehr, U.G., Rideout, V.J., & Brodie, M. (1999). *Kids & media at the new millennium*. Menlo Park California: Kaiser Family Foundation.
- Roe, K. (1983). *Mass media and adolescent schooling: conflict or co-existence*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Rydin, I. (2003). *Media fascinations: perspectives on young people's meaning makin*. Göteborg: Nordicom.
- Simpson, B. (2004). *Children and television*. London: Continuum.
- Schavemaker, P., & Ter Voort, R. (2008) Rondetafelgesprek Kids en Media: Respect voor kinderen. *Broadcast Magazine*, 274, 28-37. Geraadpleegd op <http://telesceen.nl/tsdata/char/89/downloads/Broadcast%20Magazine%20274%2028-37.pdf>
- Stichting Kijwijzer. (2008, 20 Maart). *Gebruik Kijwijzer verder toegenomen*. Geraadpleegd op <http://www.kijwijzer.nl/index.php?id=18&i=28>.
- Strasburger, V.C. & Wilson, J.W. (2002). *Children, adolescents, & the media*. London: Sage.
- Valkenburg, P.M (2002). *Beeldschermkinderen: Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.
- Valkenburg, P.M. (1995). *The impact of television on Children's Imagination*. (Proefschrift). Universiteit Leiden, Leiden.
- Van der Ploeg, J.D. (2007). *Gedragsproblemen: ontwikkelingen en risico's*. Rotterdam: Lemniscaat.
- Van Dijck, J. (2002). *Televisie in het tijdperk van digitale manipuleerbaarheid*. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Van Lil, J.E. (1995). *Parental Influences on Children's Television experience*. (Proefschrift). Universiteit Leiden, Leiden.

## Bijlagen

Bijlage 1: gesprekslijst	57
Bijlage 2: enquête	63
Bijlage 3: resultaten interview	73
Bijlage 4: resultaten steekproef	95
Bijlage 5: SPSS analyses	120
5.1: Output principiale componenten factoranalyse steekproef	120
5.2: Output Pearson analyse steekproef	121
5.3: Output principiale componenten factoranalyse predictors	145

## Bijlage 1: Gesprekslijst

Erasmus Universiteit Rotterdam  
 Erasmus School of History, Culture and Communication  
 Master Thesis Media & Journalistiek

### Onderzoek naar kwaliteitsstandaarden in kinderprogramma's vooronderzoek

#### Deel 1. Respondent: .....

1. Wat is uw leeftijd?	.... jaar
2. Geslacht?	<input type="checkbox"/> Vrouw <input type="checkbox"/> Man
3. Wat is uw hoogste afgeronde opleiding?	<input type="checkbox"/> Middelbare school <input type="checkbox"/> MBO <input type="checkbox"/> HBO <input type="checkbox"/> WO
4. Hebt u een dienstverband?	<input type="checkbox"/> Ja (ga door naar 5) <input type="checkbox"/> Nee (ga door naar 6)
5. Hoeveel uur werkt u gemiddeld per week?	<input type="checkbox"/> ..... uur
6. Hebt u een partner in uw huishouden	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee
7. Hoeveel kinderen zijn er in totaal in uw huishouden?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6
8. Hoeveel kinderen zijn er in uw huishouden in de leeftijd van 4 tot en met 12 jaar?	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6

9. Bent u na schooltijd thuis aanwezig voor het kind dat u voor deze enquête in gedachte heeft genomen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Ja</li> <li>▫ Deels</li> <li>▫ Nee</li> </ul>
10. Hoeveel televisies zijn er in uw huishouden	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ 1</li> <li>▫ 2</li> <li>▫ 3</li> <li>▫ 4</li> <li>▫ 5</li> </ul>
11. Waar staan er televisies in uw huishouden	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ woonkamer</li> <li>▫ slaapkamer</li> <li>▫ kinderslaapkamer</li> <li>▫ werkkamer</li> <li>▫ anders, namelijk .....</li> </ul>
12. Hoeveel uur besteedt u per dag aan televisie kijken?	..... uur
13. Hoeveel computers/tablets zijn er in uw huishouden	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ 1</li> <li>▫ 2</li> <li>▫ 3</li> <li>▫ 4</li> <li>▫ 5</li> </ul>
14. Waar staan er computers in uw huishouden	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ woonkamer</li> <li>▫ slaapkamer</li> <li>▫ kinderslaapkamer</li> <li>▫ werkkamer</li> <li>▫ anders, namelijk .....</li> </ul>
15. Hoeveel uur besteedt u per dag aan gebruik van audiovisuele media (buiten arbeid om)?	..... uur



## Deel 2. Spontane criteria

16. Kenmerken waaraan een kinderprogramma moet voldoen. Neem 2 goede en 2 slechte programma's in gedachte

	Kenmerk	Motivatie / toelichting
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

### Deel 3. Context

17. Hoeveel uur besteedt uw kind per dag aan gebruik van audiovisuele media (buiten school om)?	... uren
18. Hoe lang kijkt uw kind (gemiddeld) televisie per dag?	... uur
19. Kent u de programma's die uw kind kijkt?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Deels</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
20. Kijkt u met uw kind mee ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Altijd</li> <li>◦ Vaak</li> <li>◦ Soms</li> <li>◦ Bijna nooit</li> <li>◦ Nooit</li> </ul>
21. Hoeveel uur per dag kijkt u gemiddeld mee?	... uur
22. Als u meekijkt, wat zijn dan uw bezigheden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Uitsluitend meekijken</li> <li>◦ Huishoudelijke zaken</li> <li>◦ Eigen ontspanning</li> <li>◦ Zakelijke werkzaamheden</li> </ul>
23. Geeft u uitleg aan uw kind over wat ze zien?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja (ga naar 24)</li> <li>◦ Nee (ga naar 25)</li> </ul>
24. Wanneer gebeurt dit?	<p>.....</p> <p>.....</p>
25. Verbiedt u kinderen om sommige programma's te kijken	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
26. Houden uw kind zich hieraan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Nee</li> <li>◦ n.v.t.</li> </ul>
27. Waarom wel/niet?	<p>.....</p> <p>.....</p>
28. Voedt u uw kind actief op over het gebruik van media?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja (ga naar 30)</li> <li>◦ Nee ( ga naar 29)</li> </ul>

<p>29. Waarom voedt u uw kind niet actief op over media?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>30. Wie zou dit volgens u wel/ nog meer moeten doen?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>31. Kent u de term mediawijsheid?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Deels</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
<p>32. Wat houdt de term Mediawijsheid volgens u in?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Uitleg definitie</p> <p>“Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamentele gemedialiseerde wereld.”</p> <p>(Raad van Cultuur, 2005)</p>	
<p>33. In hoeverre is deze term op u van toepassing?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Volledig</li> <li>◦ Deels</li> <li>◦ Niet</li> </ul>
<p>34. In hoeverre is deze term op uw kind van toepassing?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Volledig</li> <li>◦ Deels</li> <li>◦ Niet</li> </ul>

35. Op wie is de term meer van toepassing?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ U zelf</li> <li>◦ Kind</li> </ul>
36. Wat vindt u een goed kinderprogramma?	.....
37. Waarom vindt u dit goede programma's?	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
38. Waar baseert u hoofdzakelijk uw mening over een kinderprogramma op?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Eigen mening</li> <li>◦ Mening van partner</li> <li>◦ Mening van kinderen</li> <li>◦ Mening van derden</li> <li>◦ Classificatiesystemen als "Kijkwijzer" en "PEGI"</li> </ul>
39. Naar wat voor type programma's kijkt u zelf veel.	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
40. Wat vindt u goede programma's?	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
41. Waarom vindt u dit goede programma's?	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

## Bijlage 2: Enquête

Erasmus Universiteit Rotterdam  
Erasmus School of History, Culture and Communication  
Master Thesis Media & Journalistiek

Laren/Hilversum, mei 2012

Beste moeder,

Aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam volg ik de Master Media Studies. Voor mijn afstudeeronderzoek richt ik mij op de kwaliteitscriteria die moeders hanteren voor kinderprogramma's. Uw input is dan ook zeer wenselijk!

Hierbij treft u een enquête aan. Zou u zo vriendelijk willen zijn deze in te vullen en binnen twee weken aan de leraar, in gesloten envelop, te retourneren.

### U dient het volgende te weten:

- uw ingevulde enquête is strikt anoniem en zal ook zo worden behandeld;
- de enquêtes zullen uitsluitend voor dit afstudeeronderzoek worden gebruikt;
- voor deze enquête dient u uw oudste kind in gedachte te nemen, in de leeftijdsgroep van 4 tot en met 12 jaar;

Hoe oud is dit kind?                   .....jaar en ....maanden

Ik dank u hartelijk voor uw hulp.

Voor vragen en/of opmerkingen kunt u contact opnemen met onderstaande gegevens

Joost Gijzel  
joostgijzel@hotmail.com  
06-4101 5707

## Deel 1 Wenselijke kenmerken kinderprogramma's

Noot : Vragen gaan uitsluitend over uw oudste kind in de leeftijd van 4 tot 12 jaar

In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

Maak een keuze uit een van de 5 vakken. Geef uw keuze aan door middel van een kruis in het betreffende vak.

zeer mee oneens	–	oneens	–	neutraal
				–
				eens
				–
				zeer mee eens

1. Begrijpelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma

--	--	--	--	--

Zeer mee oneens

zeer mee eens

2. Een kinderprogramma moet kinderen niet bang maken

--	--	--	--	--

Zeer mee oneens

zeer mee eens

3. Een kinderprogramma moet voor kinderen mooie beelden bevatten

--	--	--	--	--

Zeer mee oneens

zeer mee eens

4. Een kinderprogramma moet kinderen alles helder uitleggen

--	--	--	--	--

Zeer mee oneens


zeer mee eens

5. Een kinderprogramma moet voor kinderen een goede weergave geven van de wereld

--	--	--	--	--

Zeer mee oneens

zeer mee eens

<p>6. Een kinderprogramma moet personages bevatten die kinderen willen zijn/worden</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>7. Een kinderprogramma moet voor kinderen aantrekkelijk zijn om naar te luisteren en naar te kijken.</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>8. Amusementswaarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>9. Een kinderprogramma moet kinderen stimuleren in hun fantasie</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>10. Geloofwaardigheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>11. Een kinderprogramma moeten rolmodellen bevatten waar kinderen naar op kunnen kijken</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>12. Educatief is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>

<p>13. Een kinderprogramma moet kinderen blij maken</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>14. Betrokkenheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>15. Een kinderprogramma moet kinderen wat kunnen leren</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>16. Een kinderprogramma moet voor kinderen geloofwaardig overkomen</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>17. Een kinderprogramma moet voor kinderen opwindend zijn</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>18. Onschadelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>19. Een kinderprogramma moet de aandacht van kinderen weten vast te houden</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>20. Een kinderprogramma mag geen scheldwoorden bevatten</p>	 <p>Zeer mee oneens                      zeer mee eens</p>
<p>21. Een kinderprogramma moet taalgebruik hebben wat kinderen begrijpen</p>	



	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>22. Esthetische waarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>23. Aanwezigheid van rolmodellen is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>
<p>24. Een kinderprogramma moet kinderen nieuwe kennis bijbrengen</p>	 <p>Zeer mee oneens <span style="float: right;">zeer mee eens</span></p>

## Deel 2: Contextfactoren

25. Bent u op de hoogte van de programma's die uw kind kijkt ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Volledig op de hoogte</li> <li>◦ Deels op de hoogte</li> <li>◦ Niet op de hoogte</li> </ul>
26. Waar baseert u uw mening over een kinderprogramma op ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Eigen mening</li> <li>◦ Mening van partner</li> <li>◦ Mening van kinderen</li> <li>◦ Mening van derden</li> <li>◦ Classificatiesystemen als "Kijkwijzer" en "PEGI"</li> </ul>
27. Voedt u uw kind actief en bewust op over het gebruik van media ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
28. Kijkt u met uw kind mee ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja (ga naar vraag 29)</li> <li>◦ Soms (ga naar vraag 29)</li> <li>◦ Nee (ga naar vraag 31)</li> </ul>
29. Hoeveel uur per dag kijkt u gemiddeld mee ?	.....uur
30. Als u meekijkt, wat zijn dan uw bezigheden ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Uitsluitend meekijken</li> <li>◦ Huishoudelijke zaken</li> <li>◦ Eigen ontspanning (boek, krant, etc.)</li> <li>◦ Zakelijke werkzaamheden</li> </ul>
31. Geeft u inhoudelijke uitleg aan uw kind over wat er in een programma is te zien en gebeurd ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
32. Verbiedt u uw kind om sommige programma's te kijken ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja (ga door naar 33)</li> <li>◦ Nee (ga door naar 35)</li> </ul>
33. Komt het voor dat u uw kind toch toestaat om een 'verboden' programma te zien ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja ( ga door naar 34)</li> <li>◦ Nee (ga door naar 35)</li> </ul>

<p>34. Wat is de voornaamste reden ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ik sta het toe omdat ik het 'verbod' zelf ben vergeten</li> <li>◦ Ik heb te laat door dat mijn kind naar een 'verboden' programma kijkt en laat het dan maar zo</li> <li>◦ Ik sta het toe om niet in discussie te hoeven gaan met mijn kind</li> <li>◦ Ik sta het toe als onderhandelingspositie voor andere zaken</li> <li>◦ Ik sta het toe als tegemoetkoming naar mijn kind</li> </ul>
<p>35. Wie zou, naast uzelf, uw kinderen ook mediaopvoeding moeten geven ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ School</li> <li>◦ Overheidsinstanties</li> <li>◦ Partner</li> <li>◦ Media instituties als "Kijkwijzer" of "NJI"</li> </ul>
<p>36. Hoeveel uur kijkt uw kind gemiddeld per dag televisie ?</p>	<p>..... uur</p>
<p>37. Heeft uw kind een televisie op zijn of haar slaapkamer ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Nee</li> </ul>
<p>38. Kent u de term mediawijsheid ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ja</li> <li>◦ Deels</li> <li>◦ Nee</li> </ul>

Uitleg term Mediawijsheid

“Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamentele gemedialiseerde wereld.”

*(Raad van Cultuur, 2005)*

De eigenschap ‘mentaliteit’ heeft onder meer betrekking op het besef van de mediagebruikers over het effect van mediagedrag op zichzelf en anderen.

Mediawijsheid legt de nadruk op het bewust zijn van de wijze waarop de burger media gebruikt, wat voor effect dit heeft. Dit is een continu proces wat in de 21e eeuw door de toenemende medialisering van de maatschappij op steeds jongere leeftijd al van belang is geworden.

39. In hoeverre is deze term op u van toepassing ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Volledig van toepassing</li> <li>◦ Deels van toepassing</li> <li>◦ Niet van toepassing</li> </ul>
40. In hoeverre is deze term op uw kind van toepassing ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Volledig van toepassing</li> <li>◦ Deels van toepassing</li> <li>◦ Niet van toepassing</li> </ul>
41. Op wie is de term meer van toepassing ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ U zelf</li> <li>◦ Uw kind</li> </ul>

### Deel 3: Demografische gegevens

42. Wat is uw leeftijd ?	.... jaar
43. Wat is uw hoogste afgeronde opleiding ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Middelbare school</li> <li><input type="checkbox"/> MBO</li> <li><input type="checkbox"/> HBO</li> <li><input type="checkbox"/> WO</li> </ul>
44. Hebt u een dienstverband ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja (ga door naar 45)</li> <li><input type="checkbox"/> Nee (ga door naar 46)</li> </ul>
45. Hoeveel uur werkt u gemiddeld per week ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ..... uur</li> </ul>
46. Hebt u een partner in uw huishouden ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nee</li> </ul>
47. Hoeveel kinderen (tot 18 jaar) zijn er in totaal in uw huishouden ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 1</li> <li><input type="checkbox"/> 2</li> <li><input type="checkbox"/> 3</li> <li><input type="checkbox"/> 4</li> <li><input type="checkbox"/> 5</li> <li><input type="checkbox"/> 6</li> </ul>
48. Hoeveel kinderen in de leeftijd van 4 tot en met 12 jaar zijn er in uw huishouden ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> 1</li> <li><input type="checkbox"/> 2</li> <li><input type="checkbox"/> 3</li> <li><input type="checkbox"/> 4</li> <li><input type="checkbox"/> 5</li> <li><input type="checkbox"/> 6</li> </ul>
49. Bent u na schooltijd thuis aanwezig voor het kind dat u voor deze enquête in gedachte heeft genomen ?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Deels</li> <li><input type="checkbox"/> Nee</li> </ul>

50. Hoeveel televisies zijn er in uw huishouden ?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> 1</li><li><input type="radio"/> 2</li><li><input type="radio"/> 3</li><li><input type="radio"/> 4</li><li><input type="radio"/> 5</li></ul>
51. Hoeveel uur kijkt u per dag televisie ?	..... uur

Hartelijk dank voor deelname aan dit onderzoek. U kunt de enquête in de bijgeleverde envelop **gesloten** retourneren aan de leraar.

Met vriendelijke groet,

Joost Gijzel

## Bijlage 3: resultaten interview

Quotes uit de interviews (mei 2012)

*"De televisie en computers zijn niet de goedkoopste. Ik heb daarom liever dat ik alles voor hen aanzet. Dan kan tegelijk even zien wat ze kijken. De afstandsbediening ligt in een kast waar Sam niet bij kan."*

M. L., Laren

*"Mijn kinderen kijken zeker wel 2 tot 3 uur per dag naar de televisie. Al merk ik wel dat de oudste steeds meer bezig is met zijn laptop. Het meeste kijken ze rond etenstijd en na het eten voordat ze naar bed gaan."*

J. P., Laren

*"Van de Annabel weet ik over het algemeen wel wat ze ziet, maar van Bas al veel minder. Hij heeft zelf een televisie op de kamer en houdt wel van films. Annabel snapt ook niet zo goed hoe de televisie in de huiskamer werkt, dus deze zet ik altijd voor haar aan. Bas kan dat zelf."*

K. de G., Hilversum

*"Helaas houdt mijn man wel van de geweldseries en zet hij deze vaak aan als hij thuiskomt. De kinderen kijken dus vrolijk mee. Ja, we zijn daar een beetje tegenstrijdig in"*

L. V., Eemnes

*"Als we het verbieden, dan neem ik ook de afstandsbediening mee van zijn kamer, want anders heeft het weinig zin. Echter heeft zijn broer hem nu uitgelegd dat je alles terug kan kijken via internet. Ja, daar was ik ook niet blij mee. Hij is nu al sneller met een Mac dan ik."*

W. F., Hilversum

*"Mijn man en ik hebben beide gekozen voor kinderen. Dat betekent dat we beide ons werkpatroon zullen moeten aanpassen nu ze naar school gaan. ."*

N. S., Hilversum

*"Nu Jesse ouder is en na school gaat, kreeg ik de mogelijkheid om weer terug komen bij mijn oude werkgever. Omdat we nu beide een leuke baan hebben, zullen we keuzes moeten maken. Ik werk dan wel parttime, maar kan niet elke middag vroeg thuis zijn. Daarom hebben we een vaste oppas."*

M. T., Laren

*"Ja die jongens vinden alles "super cool en te gek". Dat is leuk voor ze, maar ik check ook altijd zelf wel wat ze zien, bijvoorbeeld via Kijkwijzer. Laatst zaten ze van die filmpjes te*

*kijken van jongeren uit Brabant. Dat ging me toch echt te ver. Nou dat was dus heibel in de tent. Gelukkig had mijn man het ook al verboden, dus was het snel afgelopen. Ja ze hebben hun woordje snel klaar, zeker de oudste, maar ik weet inmiddels wel beter."*

M. S., Laren

*"Ja, ik leg het wel eens uit. Als ze iets op het nieuws zien wat ze niet helemaal snappen, gaan ze meestal wat anders doen. Maar soms vragen ze dan hoe het zit. Dat gebeurt niet heel vaak, maar meer bij dingen die ze zelf wel interessant vinden zoals die olielek bij Amerika."*

M. S., Laren

*"Ik vind niet dat elke kinderprogramma nou per se iets moet leren. Ze zitten de hele dag al op school, dus een beetje ontspanning en klakkeloos kijken is ook niet erg. Het beste zou natuurlijk zijn als ze er iets van opsteken, zoals bij Bassie en Adriaan. Dat is een goede combinatie van plezier en ook nog een beetje leren."*

M. de G., Hilversum

*"Ik kan het wel helemaal niets vinden, en dat doe ik ook hoor, maar als zij zich kostelijk vermaken bij drie spionnen meiden, wie ben ik dan om het uit te zetten. Ze speelt het zelfs vaak na met vriendinnen en wilde voor Sinterklaas ook alleen maar spullen uit het programma. De hele kamer is nu dus roze. Ik vind het niets, maar mijn vrouw vind het wel grappig. En ja, dan heb ik weinig meer in te brengen hè."*

D. van de W., Hilversum

*"Als ik kijk of het meer op mij van toepassing is, of op Gurkan, denk ik dat hij met zijn 7 jaar nu al meer weet van hoe de televisie dingen en hoe de computer werkt dan ik. Maar ja dat is ook wel logisch, want ik had dat thuis en op school allemaal niet"*

S. G., Hilversum



## Deel 1 Demografische gegevens

### 1. Indeling leeftijd

Leeftijd mannen & vrouwen (n=30)	
Vrouwen gemiddeld	35.95 jaar
Mannen gemiddeld	41.3 jaar
<b>Gemiddeld</b>	<b>37.27 jaar</b>

### 2. Indeling geslacht

Indeling naar geslacht (n=30)		
	Aantal	Percentage
Vrouwen	21	70.00 %
Mannen	9	30.00 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

### 3. Verdeling opleidingsniveau

Hoogst genoten opleiding (n=30)					
	Vrouwen	Mannen	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Middelbaar onderwijs	0	0	0.00 %	0.00 %	0.00 %
MBO	10	2	47.60 %	22.22 %	40.00 %
HBO	7	3	33.30 %	33.33 %	33.00 %
WO	4	4	19.10 %	44.45 %	27.00 %
<b>Totaal</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

#### 4. Dienstverband

Dienstverband respondenten (n=30)		
	Aantal	Percentage
Ja	28	93.33 %
Nee	2	6.67 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

#### 5. Arbeidsparticipatie

Aantal arbeidsuren mannen en vrouwen per week (n=28)	
Vrouwen gemiddeld	27.5 uur
Mannen gemiddeld	39.7 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>31.2 uur</b>

#### 6. Partners

Partner mannen & vrouwen (n=30)		
	Aantal	Percentage
Ja	23	76.60 %
Nee	7	33.40 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

## 7. Verdeling kinderen 1-18 jaar

Aantal kinderen in huishouden (n=30)					
Aantal kinderen	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
1	4	2	19.05 %	22.22 %	20.00 %
2	14	5	66.67%	55.55 %	63.33 %
3	2	1	09.52 %	22.22 %	10.00 %
4	1	1	04.26 %	11.11 %	06.67 %
5	0	0	00.00 %	00.00 %	00.00 %
6	0	0	00.00 %	00.00 %	00.00 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

## 8. Verdeling kinderen 4-12 jaar

Aantal kinderen in huishouden in leeftijd 4-12 jaar (n=30)					
Aantal kinderen	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
1	5	3	23.81 %	33.33 %	26.67 %
2	13	4	61.09 %	55.55 %	56.67 %
3	3	2	14.29 %	22.22 %	16.66 %
4	0	0	00.00 %	00.00 %	00.00 %
5	0	0	00.00 %	00.00 %	00.00 %
6	0	0	00.00 %	00.00 %	00.00 %
<b>Totaal</b>	<b>3</b>				<b>100.00 %</b>

## 9. Aanwezigheid na schooltijd

Aanwezigheid thuis na schooltijd (n=30)					
	Vrouwen	Mannen	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	8	2	38.00 %	22.22 %	33.3 %
Nee	6	6	28.67 %	66.66 %	40.0 %
Deels	7	1	33.33 %	11.11 %	26.7 %
<b>Totaal</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

## 10. Aanwezigheid van televisie

Aantal televisies in huishouden (n=30)	
Hoogste	4 televisies
Laagste	1 televisie
<b>Gemiddeld</b>	<b>2.36</b> televisies

## 11. Locatie van televisie

Locatie televisies in huishouden (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
woonkamer	21	9	100.00 %	100.00 %	100.00 %
Ouder slaapkamer	15	6	71.43 %	66.66 %	70.00 %
Kinderslaapkamer	10	4	47.62 %	44.44 %	46.67 %
Werkkamer	1	2	04.76 %	22.22 %	10.00 %
anders	2	1	09.52 %	11.11 %	10.00 %
<b>Totaal</b>	<b>71</b>				<b>100.00 %</b>

## 12. Gebruik van televisie

Gebruik televisie per dag respondent (n=30)	
Hoogste	5 uur
Laagste	1 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>3.16 uur / 190 minuten</b>

## 13. Aanwezigheid van computer

Aantal computers in huishouden (n=30)	
Hoogste	5 computers
Laagste	1 computer
<b>Gemiddeld</b>	<b>2.46 computers</b>

## 14. Locatie van computer

Locatie computers in huishouden (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
woonkamer	19	8	90.48 %	88.88 %	90.00 %
Ouder slaapkamer	2	3	09.52 %	33.33 %	16.67 %
Kinderslaapkam er	6	3	28.57 %	33.33 %	30.00 %
Werkkamer	19	9	90.48 %	100.00 %	93.33 %
anders	2	3	09.52 %	33.33 %	16.67 %
<b>Totaal</b>	<b>74</b>				<b>100.00 %</b>

## 15. Gebruik van audiovisuele media per dag buiten arbeid om in uren

Gebruik audiovisuele media per dag respondent (n=30)	
Hoogste	5 uur
Laagste	1 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>3.16 uur</b>

## Deel 2. Spontane criteria

### 16. Spontane kenmerken kinderprogramma's

Spontane kenmerken waaraan een kinderprogramma moet voldoen (n=30)	
	Toelichting
Plezier	Kinderen moeten het programma leuk vinden, en er plezier in hebben om het te kijken
Begrip	Kinderen moeten het programma kunnen begrijpen en snappen. Ingewikkelde inhoud wordt niet als positief gezien.
Leerzaam	Van een programma moeten kinderen iets kunnen leren.
Actief	Kinderen moeten van het programma actief (of juist niet actief) worden. Audio en visueel sterke programma's worden niet als positief gezien; felle kleuren, veel actie en hard geluid wordt door de respondenten dan ook niet gewaardeerd.
Aandacht	Het programma moet de aandacht van kinderen van kunnen houden. Kinderen moeten het programma goed kunnen volgen; complexe programma's (met een lange spanningsboog) worden niet als positief gezien.
Angst	Een programma moet geen inhoud hebben waar kinderen echt bang van kunnen worden, en bijvoorbeeld slecht van slapen. Kinderen moeten van een programma vrolijk of neutraal blijven.
Betrokkenheid	Programma's moeten betrokkenheid oproepen bij kinderen.
Identificatie	Kinderen moeten zich kunnen identificeren met de hoofdpersonages.

### Deel 3

#### 17. Gebruik audiovisuele media per dag kind

Gebruik audiovisuele media per dag kind (n=30)	
Hoogste	6 uur
Laagste	1 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>3.08 uur</b>

#### 18. Gebruik televisie door kind

Gebruik televisie per dag kind (n=30)	
Hoogste	5 uur
Laagste	0.5 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>2.8 uur</b>

#### 19. Bekend met programma's

Kent de programma's die uw kind kijkt? (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	3	0	14.28 %	0.00 %	10.00 %
Deels	18	5	85.72 %	55.56 %	76.67 %
Nee	0	4	0.00 %	44.44 %	13.33 %
			100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>

## 20. Mee kijken met kind

Meekijken naar de programma's die kind kijkt (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Altijd	0	0	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Vaak	11	0	52.38 %	0.00 %	36.67 %
Soms	4	4	19.05 %	44.44 %	26.66 %
Bijna nooit	6	5	28.57 %	55.56 %	36.67 %
Nooit	0	0	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>

## 21. Meekijktijd

Meekijktijd met kind naar programma's (n=30)	
Hoogste	2 uur
Laagste	0.5 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>1.25 uur</b>



## 22. Bezigheden tijdens meekijken

Bezigheden tijdens meekijken naar kinderprogramma's (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Uitsluitend meekijken	2	0	9.52 %	0.00 %	6.66 %
Huishoudelijke zaken	10	4	47.62 %	44.45 %	46.67 %
Eigen ontspanning	6	2	28.57 %	22.22 %	26.67 %
Zakelijke werkzaamheden	3	3	14.29 %	33.33 %	20.00 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>

## 23. Uitleg over programma

Uitleg over de programma's waar de kinderen naar kijken (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	14	3	66.67 %	33.33 %	56.67 %
Nee	7	6	33.33 %	66.66 %	43.33 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>

## 24. Wanneer wordt er uitleg gegeven over het programma?

Wanneer geeft u uitleg over het programma of de inhoud? (n=17)		
	Aantal	Percentage
Als de kinderen er zelf om vragen	5	29.42 %
Als ik denk dat het nodig is omdat ze het niet begrijpen	9	52.95 %
Als de kinderen na het kijken vragen hebben	2	11.75 %
Tijdens het kijken leg ik uit wat ze zien	1	5,88 %
<b>Totaal</b>	<b>17</b>	<b>100.00 %</b>

## 25. Verbiedt u kinderen om bepaalde programma's te kijken?

Verbod tot kijken? (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	20	2	95.24 %	22.22 %	73.33 %
Nee	1	7	04.76 %	77.78 %	16.67 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

## 26. Consequentie kijkverbod

Houd uw kind zich aan uw verbod? (n=22)					
	Vrouwen (n=20)	Mannen (n=2)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	13	1	65.00 %	50.00 %	63.64 %
Nee	7	1	35.00 %	50.00 %	37.36 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>

## 27. Waarom houden uw kinderen zich wel / niet aan uw verbod?

Reden voor wel of niet aan verbod houden (n=20)		
	Aantal	Percentage
Kinderen krijgen straf als ze niet aan verbod houden	14	70.00 %
Partner staat programma kijken toe / kijkt zelf mee	3	15.00 %
Kinderen hebben zelf televisie op kamer en kijken dan daar, of via internet	2	10.00 %
Geen sanctie op als ze toch kijken	1	5.00 %
<b>Totaal</b>	<b>20</b>	<b>100.00 %</b>

## 28. Opvoeding over media

Aantal respondenten dat kinderen actief opvoeding geeft over media (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	11	3	52.30 %	33.33 %	46.66 %
Nee	10	6	47.70 %	66.67 %	53.34 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

## 29. Waarom geen actieve mediaopvoeding

Waarom geen mediaopvoeding (n=16)		
	Aantal	Percentage
Niet actief bewust mee bezig; geven uitleg aan kinderen als kinderen hier zelf om vragen	8	35.71 %
Niet actief bewust mee bezig; kinderen leren dat vanzelf	4	28.57 %
Hecht geen waarde aan mediaopvoeding	4	14.29 %
<b>Totaal</b>	<b>16</b>	<b>100.00 %</b>

### 30. Mediaopvoeding door derden

Wie zou volgens u ook/wel mediaopvoeding moeten geven (n=30)		
	Aantal	Percentage
School	10	33.33 %
Partner	5	16.67 %
Omroepen	5	16.67 %
Overheid	4	13.33 %
Organisaties	3	10.00 %
Kinderprogramma's	2	6.67 %
Bedrijven	1	3.33 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

### 31. Bekend met mediawijsheid

Bekendheid van respondent met begrip 'mediawijsheid' (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	6	1	28.57 %	11.11 %	20.00 %
Deels	7	3	33.33 %	33.33 %	43.40 %
Nee	8	5	38.10 %	55.56 %	36.60 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

### 32. Inhoud van term mediawijsheid

Wat houdt volgens u de term mediawijsheid in? (n=30)		
	Aantal	Percentage
Geen idee	14	46.67 %
Het bekend zijn met de vormen van media en wat je er mee kan doen	10	33.33 %
Kennis hebben over hoe media werken	3	10.00 %
Het hebben van vaardigheden om met media om te kunnen gaan en de huidige maatschappij	1	3.33 %
De kennis en vaardigheden waarmee een persoon zich bewust en kritisch beweegt in een media wereld	1	3.33 %
Weten wat de invloed van media zijn	1	3.33 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

### 33. Voldoen aan begrip mediawijsheid respondent

Respondent voldoet aan het begrip 'mediawijsheid' (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	3	1	14.28 %	11.11 %	13.33 %
Deels	14	7	66.67 %	77.78 %	70.00 %
Nee	4	1	19.05 %	11.11 %	16.67 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

### 34. Voldoen aan begrip mediawijsheid kinderen

Vindt dat kind voldoet aan het begrip 'mediawijsheid' (n=38)					
	Vrouwen (n=25)	Mannen (n=13)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Ja	0	0	0.00 %	0.00 %	0.00 %
Deels	18	11	72.00 %	84.61 %	76.32 %
Nee	7	2	28.00 %	15.39 %	23.68 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>38</b>				<b>100.00 %</b>

### 35. Op wie is het begrip 'mediawijsheid' meer van toepassing?

Is het begrip 'mediawijsheid' is meer van toepassing op u of op uw kind? (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Kind	18	3	85.71 %	33.33%	70.00 %
Respondent	3	6	15.29 %	66.67 %	30.00 %
Sub totaal	21	9	100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

### 36. Goed kinderprogramma

Goed kinderprogramma (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Jeugdjournaal (NOS)	4	4	19.05 %	44.45 %	26.67 %
Klokhuis (NTR)	3	1	14.29 %	11.11 %	13.33 %
Dora (Nick jr.)	4	0	19.05 %	0.00 %	13.33 %
Checkpoint (EO)	1	1	4.76 %	4.76 %	6.67 %
Ernst Bobbie en de rest (NET5)	2	0	9.52 %	0.00 %	6.67 %
13 in de oorlog (NPS)	0	1	0.00 %	11.11 %	3.33 %
Spangas (NCRV)	4	0	19.05 %	0.00 %	13.33 %
Smartkidz (Avro)	1	1	4.76 %	11.11 %	6.67 %
Blinq (EO)	1	0	4.76 %	0.00 %	3.33 %
Willem wever (NCRV)	0	2	0.00 %	22.22 %	6.67 %
			100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>		<b>30</b>			<b>100.00 %</b>



### 37. Spontane keuze verantwoording kinderprogramma?

Reden voor keuze van kinderprogramma (n=30)		
	Aantal	Percentage
Kind vindt programma leuk	19	63.33 %
Weet kind te interesseren	4	13.33 %
Kind kan er iets van leren	7	23.33 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

### 38. Mening kinderprogramma

Waar baseert u uw mening over kinderprogramma's op? (n=30)					
	Vrouwen (n=42)	Mannen (n=18)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Eigen observatie	12	2	28.57 %	11.11 %	23.33 %
Mening partner	3	5	7.14 %	27.77 %	13.33 %
Mening kinderen	21	9	50.00 %	50.00 %	50.00 %
Mening van derden	3	1	7.14 %	5.56 %	6.67 %
Classificatie Kijkwijzer	3	1	7.14 %	5.56 %	6.67 %
			100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

### 39. Programmavoorkeur respondent

Wat voor type programma's kijkt u veel? (n=30)					
	Vrouwen (n=21)	Mannen (n=9)	Percentage t.o.v. vrouwen	Percentage t.o.v. mannen	Percentage totaal
Nieuws & actualiteit	5	3	23.82%	33.33 %	26.68 %
Misdaad serie	6	2	28.58%	22.22 %	26.68 %
Sitcom	3	0	14.28 %	0.00 %	10.00 %
Documentaire	2	0	9.52 %	0.00 %	6.66 %
Film	2	2	9.52 %	22.22 %	13.33 %
Reality soap	1	0	4.76 %	0.00 %	3.33 %
Soap & Series	3	0	14.29%	0.00 %	6.66 %
Sport	0	2	0.00 %	22.22 %	6.66 %
			100.00 %	100.00 %	
<b>Totaal</b>	<b>30</b>				<b>100.00 %</b>

#### 40. Programmavoorkeur van respondenten?

Wat vindt u een goed programma? (n=30)						
Nieuws & actualiteit	(Misdaad) series	Sitcom	Documentaire	Film	Reality / soap	Sport
-Journaal (NOS)	-24 (RTL)	-What about Jim (Veronica)	-Keuringsdienst van Waarde (RVU)	-Romantisch	-Goede Tijden Slechte Tijden (RTL)	-Studio Sport (NOS)
-DWDD(Vara)	-CSI (RTL)	-2 And a half man (Veronica)	-Radar (Tros)	-Drama	-As the world Turns (RTL)	-Voetbal International (RTL)
-RTL Nieuws (RTL)	-Numbers (Veronica)	-Who's the Boss (SBS6)	-Zembla (VARA/NPS)	-Misdaad		
-Pauw en Wittenman (KRO)	-NCIS (Veronica / SBS)	-Will & Grace (Net 5)	-Undercover (SBS)	-Actie		-RTL GP (RTL)
-Hart van Nederland (SBS)	-Flashpoint (RTL)	-Friends (Net 5)	-Peter R. de Vries (SBS)			
-RTL Boulevard (RTL)	-Law & Order (Net 5)	-Big Bang theory(Veronica)				
-RTL Z (RTL)	-Criminal Minds(Veronica)					
	-Grey's anatomy (Net 5)					
	-Desperate House Wife's (Net 5)					

#### 41. Reden van kijken naar genoemde programma's

Waarom vindt u dit een goed programma? (n=30)		
	Aantal	Percentage
Programma wordt als ontspanning / leuk / spannend ervaren	13	43.33 %
Programma sluit aan bij interesse van kijker	6	20.00 %
Programma wordt gezien als informatief	6	20.00 %
Programmaformat wordt als prettig ervaren	5	17.67 %
<b>Totaal</b>	<b>30</b>	<b>100.00 %</b>

## Bijlage 4: resultaten steekproef

### Deel 1 Wenselijke kenmerken kinderprogramma's

1. Begrijpelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	2	01.33 %
Oneens	6	04.00 %
Neutraal	22	14.67 %
Eens	82	54.67 %
Zeer mee eens	38	25.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.987

2. Een kinderprogramma moet kinderen niet bang maken (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	4	02.67 %
Neutraal	11	07.33 %
Eens	79	52.67 %
Zeer mee eens	56	37.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 1.247

3. Een kinderprogramma moet voor kinderen mooie beelden bevatten (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	1	00.67 %
Oneens	11	07.33 %
Neutraal	84	56.00 %
Eens	43	28.67 %
Zeer mee eens	11	07.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.347

4. Een kinderprogramma moet kinderen alles helder uitleggen (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	2	01.33 %
Oneens	6	04.00 %
Neutraal	32	21.33 %
Eens	88	58.67 %
Zeer mee eens	22	14.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.813

5. Een kinderprogramma moet voor kinderen een goede weergave geven van de wereld (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	4	02.67 %
Oneens	107	71.33 %
Neutraal	19	12.67 %
Eens	17	11.33 %
Zeer mee eens	3	02.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.613

6. Een kinderprogramma moet personages bevatten die kinderen willen zijn/worden (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	20	13.33 %
Neutraal	90	60.00 %
Eens	38	25.33 %
Zeer mee eens	2	01.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.147

7. Een kinderprogramma moet voor kinderen aantrekkelijk zijn om naar te luisteren en naar te kijken (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	9	06.00 %
Neutraal	97	64.67 %
Eens	39	26.00 %
Zeer mee eens	5	03.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.267

8. Amusementswaarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	1	00.67 %
Oneens	8	05.33 %
Neutraal	22	14.67 %
Eens	102	68.00 %
Zeer mee eens	17	11.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.840



9. Een kinderprogramma moet kinderen stimuleren in hun fantasie (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	14	09.33 %
Neutraal	53	35.33 %
Eens	67	44.67 %
Zeer mee eens	16	10.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.567

10. Geloofwaardigheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	17	11.33 %
Oneens	67	44.67 %
Neutraal	61	40.67 %
Eens	4	02.67 %
Zeer mee eens	1	00.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.633

11. Een kinderprogramma moeten rolmodellen bevatten waar kinderen naar op kunnen kijken (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	8	05.33 %
Oneens	52	34.67 %
Neutraal	75	50.00 %
Eens	14	09.33 %
Zeer mee eens	1	00.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.347

12. Educatief is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	12	08.00 %
Oneens	15	10.00 %
Neutraal	8	05.33 %
Eens	72	48.00 %
Zeer mee eens	43	28.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.793

13. Een kinderprogramma moet kinderen blij maken (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	6	04.00 %
Neutraal	12	08.00 %
Eens	21	14.00 %
Zeer mee eens	111	74.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 1.580

14. Betrokkenheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	12	08.00 %
Neutraal	57	38.00 %
Eens	63	42.00 %
Zeer mee eens	18	12.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.580

15. Een kinderprogramma moet kinderen wat kunnen leren (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	7	04.67 %
Oneens	11	07.33 %
Neutraal	56	37.33 %
Eens	57	38.00 %
Zeer mee eens	19	12.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.467

16. Een kinderprogramma moet voor kinderen geloofwaardig overkomen (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	18	12.00 %
Oneens	49	32.67 %
Neutraal	71	47.33 %
Eens	9	06.00 %
Zeer mee eens	3	02.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.467

17. Een kinderprogramma moet voor kinderen opwindend zijn (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	1	00.67 %
Oneens	6	04.00 %
Neutraal	34	22.67 %
Eens	90	60.00 %
Zeer mee eens	19	12.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.800

18. Onschadelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	3	02.00 %
Oneens	8	05.33 %
Neutraal	81	54.00 %
Eens	12	08.00 %
Zeer mee eens	46	30.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.600

19. Een kinderprogramma moet de aandacht van kinderen weten vast te houden (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	0	00.00 %
Oneens	10	06.67 %
Neutraal	83	55.33 %
Eens	45	30.00 %
Zeer mee eens	12	08.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.393

20. Een kinderprogramma mag geen scheldwoorden bevatten (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	2	01.33 %
Oneens	15	10.00 %
Neutraal	14	09.33 %
Eens	90	60.00 %
Zeer mee eens	29	19.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.860

21. Een kinderprogramma moet taalgebruik hebben wat kinderen begrijpen (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	2	01.33 %
Oneens	7	04.67 %
Neutraal	32	21.33 %
Eens	79	52.67 %
Zeer mee eens	30	20.00 %
<b>Totaal</b>		<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.853

22. Esthetische waarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)		
	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	8	05.33 %
Oneens	64	42.67 %
Neutraal	56	37.33 %
Eens	18	12.00 %
Zeer mee eens	4	02.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.360

23. Aanwezigheid van rolmodellen is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	11	07.33 %
Oneens	34	22.67 %
Neutraal	84	56.00 %
Eens	9	06.00 %
Zeer mee eens	12	08.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: -0.153

24. Een kinderprogramma moet kinderen nieuwe kennis bijbrengen (n=150)

	Respondenten	percentage
Zeer mee oneens	9	06.00 %
Oneens	8	05.33 %
Neutraal	54	36.00 %
Eens	60	40.00 %
Zeer mee eens	19	12.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gemiddelde schaalscore: 0.480

**Zie voor principale componenten factoranalyse bijlage 5**



## Deel 2 contextfactoren

### 25. Op de hoogte van programma's

Op de hoogte van programma's van kind (n=150)		
	Respondenten	percentage
Volledig (2)	28	18.67 %
Deels (1)	98	65.33 %
Niet (0)	27	18.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 26. Mening

Waar baseert u uw mening over kinderprogramma's op (n=150)		
	Respondenten	percentage
Eigen mening (1)	20	13.33 %
Mening partner (1)	3	02.00 %
Mening kinderen (1)	109	72.67 %
Mening van derden (1)	6	04.00 %
Mening classificatiesystemen (1)	12	08.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Toelichting: De resultaten van vraag 26 zijn voor de SPSS verwerking dichotoom geconverteerd. De keuze mogelijkheden zijn opgesplitst in 5 verwerkingen (5 vragen) waarbij de betreffende keuze aan is gegeven met een (1-ja), en alle andere velden zijn ingevuld met (0-nee). Bij vraag 26.1 (Baseert u uw mening hoofdzakelijk op uw eigen mening ?) levert dit respectievelijk 20x(1) en 130x(0) op, bij vraag 26.2 (Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner ?) respectievelijk 3x(1) en 147x(0) et cetera.

## 27. Opvoeding over media

Respondenten dat kinderen actief opvoeding geeft over gebruik media (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (1)	84	56.00 %
Nee (0)	66	44.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

## 28. Meekijken met kinderen

Meekijken naar kinderprogramma's (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (2)	53	35.33 %
Soms (1)	94	62.67 %
Nee (0)	3	02.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

## 29. Meekijktijd

Meekijktijd met kind naar kinderprogramma's (n=147)		
Minuten	Respondenten	percentage
5	4	02.72 %
10	5	03.40 %
15	2	01.36 %
20	6	04.08 %
30	19	12.93 %
40	2	01.36 %
45	13	08.84 %
60	27	18.37%
90	21	14.29 %
120	28	19.05 %
150	11	07.48 %
180	7	04.76 %
240	2	01.36 %
<b>Totaal</b>	<b>147</b>	<b>100.00 %</b>

## 30. Bezigheden tijdens meekijken

Andere bezigheden tijdens meekijken naar kinderprogramma's (n=147)		
	Respondenten	percentage
Uitsluitend meekijken (1)	22	14.97 %
Huishoudelijke zaken (1)	78	53.06 %
Eigen ontspanning (1)	34	23.13 %
Zakelijke werkzaamheden (1)	13	08.84 %
<b>Totaal</b>	<b>147</b>	<b>100.00 %</b>

Toelichting: De resultaten van vraag 30 zijn voor de SPSS verwerking dichotoom geconverteerd. De keuze mogelijkheden zijn opgesplitst in 4 verwerkingen (4 vragen) waarbij de betreffende keuze aan is gegeven met een (1-ja), en alle andere velden zijn ingevuld met (0-nee). Bij vraag 30.1 (Als u meekijkt, bent u dan uitsluitend bezig met meekijken, dus niet met andere zaken ?) levert dit respectievelijk 22x(1) en 125x(0) op, bij vraag 30.2 (Als u meekijkt, bent u dan ook bezig met huishoudelijke zaken ?) respectievelijk 78x(1) en 69x(0) et cetera.

### 31. Uitleg over programma

Uitleg over de programma's waar het kind naar kijkt (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (1)	89	59.33 %
Nee (0)	61	41.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 32. Restrictieve begeleiding

Verbieden van het kijken naar bepaald programma (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (1)	102	68.00 %
Nee (0)	48	32.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 33. Consequent verbod

Ondanks verbod van respondent toch kijken naar programma (n=102)		
	Respondenten	percentage
Ja (1)	80	78.43 %
Nee (0)	22	21.57 %
<b>Totaal</b>	<b>102</b>	<b>100.00 %</b>

### 34. Reden negeren verbod

Reden van negeren verbod op kijken programma (n=80)		
	Respondenten	percentage
Ik sta het toe omdat ik het 'verbod' zelf ben vergeten (1)	10	12.50 %
Ik heb te laat door dat mijn kind naar een 'verboden' programma kijkt en laat het dan maar zo (1)	28	35.00 %
Ik sta het toe om niet in discussie te hoeven gaan met mijn kind (1)	18	22.50 %
Ik sta het toe als onderhandelingspositie voor andere zaken (1)	4	05.00 %
Ik sta het toe als tegemoetkoming naar mijn kind (1)	20	25.00 %
<b>Totaal</b>	<b>80</b>	<b>100.00 %</b>

Toelichting: De resultaten van vraag 34 zijn voor de SPSS verwerking dichotoom geconverteerd. De keuze mogelijkheden zijn opgesplitst in 5 verwerkingen (5 vragen) waarbij de betreffende keuze aan is gegeven met een (1-ja), en alle andere velden zijn ingevuld met (0-nee). Bij vraag 34.1 (Is de voornaamste reden om toe te geven aan uw kijkverbod dat u het zelf vergeten bent ?) levert dit respectievelijk 10x (1) en 70x(0) op, bij vraag 34.2 (Is de voornaamste reden om toe te geven aan uw kijkverbod dat u het te laat door heeft dat u kind het programma al kijkt ?) respectievelijk 20x(1) en 60x(0) et cetera.

### 35. Opvoeding over media door derden

Opvoeding over media door derden (n=150)		
	Respondenten	percentage
School (1)	116	77.33 %
Overheid (2)	14	09.33 %
Partner (3)	13	08.67 %
Media instituties als "Kijkwijzer" of "NJI" (4)	7	04.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Toelichting: De resultaten van vraag 35 zijn voor de SPSS verwerking dichotoom geconverteerd. De keuze mogelijkheden zijn opgesplitst in 4 verwerkingen (5 vragen) waarbij de betreffende keuze aan is gegeven met een (1-ja), en alle andere velden zijn ingevuld met (0-nee). Bij vraag 35.1 (Vindt u de school de belangrijkste partij die uw kind ook mediaopvoeding moet geven ?) levert dit respectievelijk 116x (1) en 34x(0) op, bij vraag 35.2 (Vindt u overheidsinstanties de belangrijkste partij die uw kind ook mediaopvoeding moet geven ?) respectievelijk 14x(1) en 136x(0) et cetera.

### 36. Gebruik televisie kind

Gebruik televisie per dag kind (n=150)		
Minuten	Respondenten	percentage
0-30	4	02.67 %
31-60	13	08.67 %
61-90	3	02.00 %
91-120	32	21.33 %
121-150	27	18.00 %
151-180	50	33.33 %
181-210	10	06.67 %
211-240	6	04.00%
241-270	2	01.33 %
271-300	3	02.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gebruik televisie per dag kind overzicht (n=150)	
Hoogste	5 uur
Laagste	0.5 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>2.55 uur / 153 minuten</b>

### 37. Televisie op kinderslaapkamer

Televisies op kinderslaapkamer (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (1)	56	37.33 %
Nee (0)	94	62.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 38. Bekend met term

Bekendheid met term Mediawijsheid (n=150)		
	Respondenten	percentage
Ja (2)	20	19.33 %
Deels (1)	82	54.67 %
Nee (0)	48	32.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 39. Term van toepassing respondent

Mediawijsheid van toepassing op respondent (n=150)		
	Respondenten	percentage
Volledig (2)	21	14.00 %
Deels (1)	105	70.00 %
Niet (0)	24	16.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

#### 40. Term van toepassing kinderen

Mediawijsheid van toepassing op kinderen (n=150)		
	Respondenten	percentage
Volledig (2)	5	04.63 %
Deels (1)	74	68.52 %
Niet (0)	29	26.85 %
<b>Totaal</b>	<b>108</b>	<b>100.00 %</b>

#### 41. Op wie is de term meer van toepassing

Mediawijsheid meer van toepassing op kinderen of respondent (n=150)		
	Respondenten	percentage
Respondenten (1)	102	68.00 %
Kinderen (1)	48	32.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Toelichting: De resultaten van vraag 41 zijn voor de SPSS verwerking dichotoom geconverteerd. De keuze mogelijkheden zijn opgesplitst in 2 verwerkingen (2 vragen) waarbij de betreffende keuze aan is gegeven met een (1-ja), en alle andere velden zijn ingevuld met (0-nee). Bij vraag 41.1 (Vindt u dat Mediawijsheid meer van toepassing is op uzelf dan op uw kind ?) levert dit respectievelijk 102x(1) en 48x(0) op, bij vraag 41.2 (Vindt u dat Mediawijsheid meer van toepassing is op uw kind dan uzelf ?) respectievelijk 48x(1) en 102x(0).



## Deel 3 demografische gegevens

### 42. Indeling leeftijd

Leeftijd vrouwen (n=150)		
Leeftijd	Respondenten	Percentage
41-45	33	22.00 %
36-40	54	36.00 %
31-35	49	32.67 %
26-30	12	08.00 %
21-25	2	01.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

### 43. Verdeling opleidingsniveau

Hoogst afgerond opleidingsniveau (n=150)		
	Respondenten	Percentage totaal
Middelbaar onderwijs (0)	3	02.00 %
MBO (1)	65	43.33 %
HBO (2)	58	38.67 %
WO (3)	24	16.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

#### 44. Dienstverband

Dienstverband respondenten (n=150)		
	Aantal	Percentage
Ja (1)	133	88.67 %
Nee (0)	17	11.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

#### 45. Arbeidsparticipatie vrouwen

Arbeidsparticipatie respondenten (n=133)		
Uren per week	Aantal	Percentage
41-48	6	04.51 %
33-40	12	09.02 %
25-32	18	13.53 %
17-24	71	53.38 %
9-16	15	11.28 %
1-8	11	08.27 %
<b>Totaal</b>	<b>133</b>	<b>100.00 %</b>

#### 46. Partner respondenten

Partner respondentent? (n=150)		
	Aantal	Percentage
Ja (1)	112	74.67 %
Nee (0)	38	25.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

#### 47. Aantal kinderen in huishouden 1-18 jaar

Aantal kinderen in huishouden <18 jaar (n=150)		
aantal	Respondenten	Percentage
1	29	19.33 %
2	98	65.33 %
3	17	11.33 %
4	3	02.00 %
5	2	01.33 %
6	1	00.67 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

#### 48. Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar

Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar (n=150)		
aantal	Respondenten	Percentage
1	68	45.33 %
2	74	49.33 %
3	8	05.33 %
4	0	00.00 %
5	0	00.00 %
6	0	00.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

## 49. Aanwezigheid

Aanwezigheid thuis na schooltijd (n=150)		
	Respondenten	Percentage
Ja (2)	29	19.33 %
Deels (1)	82	54.67 %
Nee (0)	29	19.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

## 50. Aanwezigheid van televisie

Aantal televisies in huishouden (n=150)		
aantal	Respondenten	Percentage
1	22	00.33 %
2	80	52.00 %
3	33	05.33 %
4	15	00.00 %
5	0	00.00 %
6	0	00.00 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Aantal televisies in huishouden overzicht (n=150)	
Hoogste	4 televisies
Laagste	1 televisie
<b>Gemiddeld</b>	<b>2.27</b> televisies

## 51. Gebruik televisie respondent

Gebruik televisie per dag respondent (n=150)		
Minuten	Respondenten	percentage
0-30	2	01.33 %
31-60	9	06.00 %
61-90	10	06.67 %
91-120	18	12.00 %
121-150	19	12.67 %
151-180	22	14.67 %
181-210	28	18.67 %
211-240	18	12.00 %
241-270	5	03.33 %
271-300	8	05.33 %
301-330	6	04.00 %
331-360	5	03.33 %
<b>Totaal</b>	<b>150</b>	<b>100.00 %</b>

Gebruik televisie per dag respondent overzicht (n=150)	
Hoogste	6 uur
Laagste	0.5 uur
<b>Gemiddeld</b>	<b>3.13 uur / 188 minuten</b>

## Bijlage 5:SPSS Analyses

### 5.1 Output principale componenten factoranalyse steekproef

Tabel II: Factorlading vraag 1-24 steekproef

Correlation	Correlation Matrix																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1 Begrijpelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	1	0,409	0,116	0,578	-0,03	0,141	0,099	0,295	0,404	0,008	0,057	-0,06	0,163	0,586	0,05	6E-04	0,272	0,313	0,574	0,462	0,616	0,059	0,179	0,008
2 Een kinderprogramma moet kinderen niet bang maken	0,409	1	0,104	0,451	0,044	0,052	0,14	-0,2	0,237	0,108	0,049	0,053	-0,12	0,421	-0	0,047	-0,06	0,52	0,279	0,516	0,437	0,082	0,179	0,008
3 Een kinderprogramma moet voor kinderen mooie beelden bevatten	0,116	0,104	1	0,065	-0,14	0,033	0,622	0,082	0,106	-0,12	-0,05	-0,06	0,154	0,043	-0,06	0,039	0,797	0,08	-0,06	-0,03	0,057	-0,03	0,179	0,008
4 Een kinderprogramma moet kinderen alles helder uitleggen	0,578	0,451	0,065	1	0,009	0,015	0,048	0,078	0,393	0,107	0,015	-0,05	-0,02	0,515	-0,06	0,039	0,11	0,402	0,423	0,445	0,758	0,069	0,179	0,008
5 Een kinderprogramma moet voor kinderen een goede weergave geven van de baten	-0,03	0,044	-0,14	0,009	1	0,174	-0,05	-0,2	-0,04	0,57	0,213	0,365	-0,13	0,025	0,476	0,588	-0,08	-0,04	0,002	0,091	-0,04	0,285	0,008	
6 Een kinderprogramma moet persoonsgegevens aantrekkelijk zijn om naar te luisteren en bevatten die kinderen willen zijn/worden	0,141	0,052	0,033	0,015	0,174	1	0,086	-0,05	0,084	0,179	0,532	0,23	-0,02	0,054	0,361	0,124	-0,04	0,087	0,033	0,203	0,083	0,532	0,008	
7 Een kinderprogramma moet voor kinderen aantrekkelijk zijn om naar te luisteren en bevatten die kinderen willen zijn/worden	0,099	0,14	0,622	0,048	-0,05	0,086	1	0,112	0,045	-0,11	-0,07	-0,11	0,091	0,091	-0,14	-0,09	0,089	0,083	0,004	0,105	0,069	0,179	0,008	
8 Amusementswaarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	0,235	-0,2	0,092	0,078	-0,2	-0,05	0,112	1	0,065	-0,18	-0,1	-0,35	0,745	0,081	-0,1	-0,06	0,797	-0,05	0,121	0,028	0,14	0,102	-0,06	
9 Een kinderprogramma moet kinderen stimuleren in hun fantasie	0,404	0,237	0,106	0,383	-0,04	0,084	0,045	0,065	1	-0	-0,05	0,004	0,049	0,793	0,011	-0,08	0,08	0,08	0,803	0,242	0,372	0,073	-0,01	
10 Geelofwaardigheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	0,008	0,108	-0,12	0,107	0,57	0,179	-0,11	-0,18	-0	1	0,277	0,425	-0,17	0,068	0,478	0,532	-0,06	0,078	0,054	-0,03	0,076	-0,06	0,349	
11 Een kinderprogramma moeten rolmodellen bevatten waar kinderen naar op kunnen kijken	0,057	0,049	-0,05	0,015	0,213	0,532	-0,07	-0,1	-0,05	0,277	1	0,414	0,046	0,035	0,511	0,216	-0,05	0,122	-0,01	-0,03	0,036	-0,03	0,705	
12 Educatief is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	-0,06	0,053	-0,06	-0,05	0,365	0,23	-0,11	-0,35	0,004	0,425	0,414	1	-0,23	0,021	0,741	0,39	-0,29	0,046	-0,02	0,004	-0,11	-0,05	0,346	
13 Een kinderprogramma moet kinderen blij maken	0,163	-0,12	0,154	-0,02	-0,13	-0,02	0,091	0,745	0,049	-0,17	0,046	-0,23	1	0,057	-0,01	-0,03	0,801	0,014	0,054	0,002	0,057	0,061	0,003	
14 Betrokkenheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	0,586	0,421	0,043	0,515	0,025	0,054	0,091	0,081	0,081	0,793	0,068	0,035	0,021	0,057	1	0,064	0,016	0,107	0,254	0,818	0,339	0,515	0,074	
15 Een kinderprogramma moet kinderen wat kunnen leren	0,05	-0	-0,06	-0,06	0,476	0,361	-0,14	-0,1	0,011	0,478	0,511	0,741	-0,01	0,064	1	0,508	0,009	0,027	0,033	-0,01	-0,08	-0,03	0,456	
16 Een kinderprogramma moet voor kinderen geloofwaardig overkomen	6E-04	0,047	-0,12	0,039	0,588	0,124	-0,09	-0,06	-0,08	0,532	0,216	0,39	-0,03	0,016	0,508	1	0,021	0,09	-0,02	0,035	-0,01	0,252	0,496	
17 Een kinderprogramma moet voor kinderen opwindend zijn	0,272	-0,06	0,188	0,11	-0,08	-0,04	0,089	0,797	0,08	-0,06	-0,05	-0,29	0,801	0,107	0,009	0,021	1	0,026	0,123	0,091	0,203	0,077	-0,03	
18 Onschadelijkheid is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	0,313	0,62	0,084	0,402	-0,04	0,067	0,083	-0,05	0,08	0,078	0,122	0,046	0,014	0,254	0,027	0,09	0,026	1	0,128	0,511	0,385	0,048	0,197	
19 Een kinderprogramma moet de aandacht van kinderen weten vast te houden	0,574	0,279	0,007	0,423	0,002	0,033	0,004	0,121	0,803	0,054	-0,01	-0,02	0,054	0,818	0,033	-0,02	0,123	0,128	1	0,271	0,499	0,003	0,02	
20 Een kinderprogramma mag geen scheldwoorden bevatten	0,462	0,516	0,053	0,445	-0,06	0,013	0,105	0,028	0,242	-0,03	-0,03	0,004	0,002	0,339	-0,01	-0,02	0,091	0,511	0,271	1	0,422	0,03	0,036	
21 Een kinderprogramma moet taalgebruik hebben wat kinderen begrijpen	0,616	0,437	0,007	0,758	-0,04	0,003	-0,04	0,14	0,372	0,076	0,036	-0,11	0,057	0,515	-0,08	0,035	0,203	0,385	0,499	0,422	1	-0,02	0,116	
22 Zesthetische waarde is een belangrijk criterium voor een kinderprogramma	0,059	0,082	0,672	0,069	-0	0,083	0,671	0,102	0,073	-0,06	-0,03	-0,05	0,061	0,013	-0,03	-0,01	0,077	0,048	0,003	0,03	-0,02	1	0,122	
23 Aanwezigheid van rolmodellen is een belangrijk criterium voor een	0,179	0,189	0,085	0,171	0,285	0,532	0,002	-0,06	-0,01	0,349	0,705	0,348	0,003	0,074	0,456	0,252	-0,03	0,197	0,02	0,038	0,116	0,122	1	
24 Een kinderprogramma moet kinderen nieuwe kennis bijbrengen	0,008	-0,04	-0,14	-0,1	0,468	0,371	-0,1	-0,1	-0,02	0,479	0,425	0,756	-0,01	0,019	0,853	0,496	-0,02	-0,02	-0	-0,04	-0,13	-0,03	0,376	

## 5.2. Output Pearson analyse steekproef

Tabel II: Pearson's matrix kwaliteitscriteria(1-8) en vraag 25-51

Correlations		1	2	3	4	5	6	7	8	25
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	1	-0,041	.168*	-0,141	0,095	0,132	-0,042	-0,126	0,132
	Sig. (2-tailed)		0,618	0,04	0,086	0,247	0,107	0,609	0,123	0,106
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	-0,041	1	.564**	0,003	.320**	0,112	0,115	0,035	0,022
	Sig. (2-tailed)	0,618		0	0,969	0	0,172	0,162	0,669	0,786
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	.168*	.564**	1	-0,074	.580**	0,056	0,108	0,03	0,024
	Sig. (2-tailed)	0,04	0		0,367	0	0,494	0,187	0,715	0,769
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	-0,141	0,003	-0,074	1	0,014	-0,098	.495**	.584**	-0,116
	Sig. (2-tailed)	0,086	0,969	0,367		0,87	0,232	0	0	0,158
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	0,095	.320**	.580**	0,014	1	0,052	0,031	0,003	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,247	0	0	0,87		0,529	0,702	0,966	0,994
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	0,132	0,112	0,056	-0,098	0,052	1	0,037	-0,105	0,121
	Sig. (2-tailed)	0,107	0,172	0,494	0,232	0,529		0,651	0,2	0,142
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	-0,042	0,115	0,108	.495**	0,031	0,037	1	.323**	-0,057
	Sig. (2-tailed)	0,609	0,162	0,187	0	0,702	0,651		0	0,486
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	-0,126	0,035	0,03	.584**	0,003	-0,105	.323**	1	-0,023
	Sig. (2-tailed)	0,123	0,669	0,715	0	0,966	0,2	0		0,783
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	0,132	0,022	0,024	-0,116	0,001	0,121	-0,057	-0,023	1
	Sig. (2-tailed)	0,106	0,786	0,769	0,158	0,994	0,142	0,486	0,783	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	0,014	0,054	0,029	-0,096	-0,008	0,074	0,023	-0,094	.222**
	Sig. (2-tailed)	0,863	0,51	0,724	0,241	0,925	0,37	0,784	0,252	0,006
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	0,053	0,019	0,07	-0,102	-0,013	-0,046	-0,001	-0,02	-0,08
	Sig. (2-tailed)	0,523	0,813	0,393	0,215	0,87	0,573	0,988	0,812	0,329
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	0,057	0,017	0,055	.220**	-0,007	-0,024	0,089	0,126	-0,092
	Sig. (2-tailed)	0,488	0,833	0,508	0,007	0,932	0,771	0,276	0,126	0,262
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	-0,103	-0,066	-.190*	-0,07	-0,019	0,061	-0,045	-0,149	-0,058
	Sig. (2-tailed)	0,209	0,421	0,02	0,394	0,813	0,461	0,584	0,069	0,478
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	-0,064	-0,059	-0,025	-0,138	0,042	-0,073	-0,142	0,029	-0,044
	Sig. (2-tailed)	0,435	0,476	0,76	0,093	0,608	0,375	0,083	0,722	0,594
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	.173*	-0,065	-0,049	0,015	-0,002	0,033	0,086	0,035	.254**
	Sig. (2-tailed)	0,035	0,43	0,548	0,851	0,985	0,692	0,293	0,673	0,002
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,044	-0,049	-0,011	0,013	0,012	0,102	0,068	0,103	.337**
	Sig. (2-tailed)	0,597	0,554	0,894	0,874	0,88	0,212	0,408	0,21	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,152	-.178*	-0,103	0,012	-0,094	-0,014	0,025	-0,016	0,007
	Sig. (2-tailed)	0,067	0,031	0,216	0,889	0,256	0,863	0,763	0,844	0,932
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147
30.1 Tijdens meekijken bezig met meekijken	Pearson Correlation	0,001	-0,01	0,048	0,001	-0,034	0,133	0,035	-0,067	0,027
	Sig. (2-tailed)	0,988	0,905	0,556	0,989	0,68	0,106	0,67	0,416	0,747
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations		1	2	3	4	5	6	7	8	25
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken	Pearson Correlation	-0,116	0,018	0,122	-0,06	0,149	-0,03	0,07	0,034	-0,011
	Sig. (2-tailed)	0,159	0,823	0,136	0,463	0,068	0,716	0,393	0,68	0,889
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning	Pearson Correlation	0,018	-0,054	-0,109	0,065	-0,143	-0,16	-0,063	0,012	0,02
	Sig. (2-tailed)	0,826	0,509	0,186	0,432	0,082	0,05	0,445	0,884	0,805
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden	Pearson Correlation	0,127	-0,006	-0,14	0,036	-0,035	0,071	-0,028	0,005	-0,043
	Sig. (2-tailed)	0,123	0,938	0,088	0,665	0,668	0,387	0,732	0,953	0,605
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
31 Uitleg kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,003	-0,034	-0,083	0,062	-0,026	-0,047	0,072	0,074	.368**
	Sig. (2-tailed)	0,973	0,676	0,31	0,451	0,755	0,572	0,381	0,369	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
32 Verbied bepaalde programma's	Pearson Correlation	.190*	-0,046	-0,098	0,031	-0,072	0,143	0,097	-0,034	.432**
	Sig. (2-tailed)	0,02	0,579	0,233	0,711	0,378	0,081	0,24	0,682	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
33 Consequent verbod	Pearson Correlation	0,095	-0,103	0,003	-0,007	-0,05	0,039	-0,083	0,092	0,109
	Sig. (2-tailed)	0,34	0,304	0,977	0,94	0,615	0,696	0,405	0,359	0,275
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten	Pearson Correlation	-0,167	0,053	-0,162	-.252*	-0,046	-0,148	-.240*	-0,073	0,052
	Sig. (2-tailed)	0,139	0,643	0,151	0,024	0,687	0,189	0,032	0,517	0,648
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt	Pearson Correlation	0,036	-0,103	-0,004	0,196	-0,08	-0,017	0,189	0,217	-0,129
	Sig. (2-tailed)	0,751	0,362	0,971	0,081	0,48	0,878	0,093	0,053	0,253
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden	Pearson Correlation	-0,045	0,068	0,146	-0,06	0,036	0,133	-0,058	-0,139	-0,079
	Sig. (2-tailed)	0,689	0,548	0,197	0,595	0,749	0,241	0,608	0,218	0,484
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling	Pearson Correlation	0,016	0,107	0,07	0,126	0,082	-.249*	-0,096	-0,043	0,094
	Sig. (2-tailed)	0,885	0,346	0,54	0,267	0,469	0,026	0,395	0,703	0,405
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming	Pearson Correlation	0,124	-0,046	-0,047	-0,028	0,047	0,13	0,08	-0,027	0,132
	Sig. (2-tailed)	0,275	0,685	0,677	0,804	0,68	0,251	0,48	0,811	0,244
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,048	-0,088	0,075	-0,065	0,013	0,045	0,144	-0,044	0,111
	Sig. (2-tailed)	0,557	0,282	0,361	0,427	0,875	0,582	0,078	0,595	0,176
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,068	0,067	0,022	0,125	-0,018	-0,15	-0,084	0,071	-0,079
	Sig. (2-tailed)	0,405	0,418	0,786	0,127	0,83	0,067	0,309	0,391	0,335
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,068	0,059	-0,007	0,067	-0,013	0,034	0,008	0,052	-0,043
	Sig. (2-tailed)	0,405	0,473	0,933	0,413	0,874	0,679	0,921	0,531	0,605
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
35.4 Media inst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,099	0,005	-.171*	-0,133	0,016	0,072	-.182*	-0,079	-0,055
	Sig. (2-tailed)	0,228	0,955	0,037	0,105	0,846	0,383	0,026	0,336	0,507
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	Pearson Correlation	-.198*	-0,099	-0,137	-0,079	-.199*	0,006	0,027	-0,083	0,076
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,227	0,094	0,334	0,015	0,946	0,743	0,312	0,357
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer	Pearson Correlation	-0,038	-0,042	0,074	-0,014	0,004	-0,053	-0,044	0,007	0,083
	Sig. (2-tailed)	0,644	0,613	0,371	0,861	0,962	0,521	0,596	0,933	0,315
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	Pearson Correlation	0,095	0,051	0,009	-0,048	-0,015	0,091	0,119	0,023	.565**
	Sig. (2-tailed)	0,245	0,535	0,917	0,557	0,86	0,266	0,146	0,78	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
39 Ziet respondent als Mediawijs	Pearson Correlation	0,063	0,035	-0,01	-0,122	-0,069	0,128	0,15	-0,069	.322**
	Sig. (2-tailed)	0,447	0,668	0,905	0,137	0,404	0,119	0,067	0,4	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150



Correlations		1	2	3	4	5	6	7	8	25
40 Ziet kind als Mediawijs	Pearson Correlation	-0,058	-0,053	-0,047	-0,033	0,036	0,059	-0,056	-0,025	-0,046
	Sig. (2-tailed)	0,477	0,516	0,57	0,69	0,66	0,474	0,497	0,759	0,577
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind	Pearson Correlation	0,119	-0,033	0,077	0,158	0,053	-0,042	0,119	0,117	-0,087
	Sig. (2-tailed)	0,147	0,69	0,348	0,053	0,52	0,609	0,147	0,153	0,291
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent	Pearson Correlation	-0,119	0,033	-0,077	-0,158	-0,053	0,042	-0,119	-0,117	0,087
	Sig. (2-tailed)	0,147	0,69	0,348	0,053	0,52	0,609	0,147	0,153	0,291
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
42 Leeftijd respondent	Pearson Correlation	-0,039	0,093	0,026	0,055	-0,007	-0,045	0,028	0,148	0,076
	Sig. (2-tailed)	0,639	0,258	0,75	0,502	0,935	0,588	0,738	0,071	0,354
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school	Pearson Correlation	-0,059	0,04	0,092	0,025	0,008	-0,089	-0,12	0,098	-0,002
	Sig. (2-tailed)	0,473	0,628	0,262	0,758	0,926	0,277	0,142	0,231	0,985
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO	Pearson Correlation	0,056	-.173*	-0,102	-0,069	0,01	-0,036	-0,096	-0,025	0,101
	Sig. (2-tailed)	0,494	0,035	0,213	0,4	0,9	0,661	0,24	0,76	0,217
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO	Pearson Correlation	0,02	0,079	0,013	-0,014	-0,113	-0,063	0,109	-0,079	-0,031
	Sig. (2-tailed)	0,804	0,334	0,872	0,867	0,168	0,441	0,185	0,337	0,703
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO	Pearson Correlation	-0,081	0,113	0,085	0,102	0,134	.167*	0,032	0,101	-0,095
	Sig. (2-tailed)	0,326	0,169	0,299	0,214	0,103	0,041	0,699	0,218	0,248
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
44 Dienstverband respondent	Pearson Correlation	-0,044	0,021	0,079	0,059	0,016	-0,029	-0,142	-0,054	-.264**
	Sig. (2-tailed)	0,597	0,8	0,337	0,471	0,847	0,728	0,084	0,515	0,001
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
45 Arbeidsuren per week respondent	Pearson Correlation	0,046	0,002	0,149	-0,009	0,055	-0,029	-0,144	-0,006	-0,14
	Sig. (2-tailed)	0,58	0,977	0,07	0,91	0,507	0,725	0,078	0,944	0,087
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
46 Aanwezigheid partner	Pearson Correlation	0,003	0,048	0,039	-0,028	0,062	0,047	0,022	-0,023	-.247**
	Sig. (2-tailed)	0,974	0,558	0,635	0,738	0,448	0,564	0,791	0,784	0,002
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar	Pearson Correlation	-0,026	0,029	0,111	0,092	0,019	-0,084	-0,006	.175*	0,042
	Sig. (2-tailed)	0,748	0,725	0,177	0,264	0,818	0,308	0,937	0,032	0,611
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar	Pearson Correlation	-0,077	0,049	0,143	-0,051	-0,033	-0,056	-0,043	0,074	-0,011
	Sig. (2-tailed)	0,349	0,552	0,082	0,533	0,685	0,497	0,601	0,365	0,892
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd	Pearson Correlation	-0,051	-0,049	-0,056	-0,061	-0,065	0,08	0,021	0,013	0,027
	Sig. (2-tailed)	0,537	0,551	0,499	0,455	0,433	0,333	0,801	0,87	0,002**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations		1	2	3	4	5	6	7	8	25
50 Aantal televisies in huishouden	Pearson Correlation	-0,071	0,022	.167*	0,026	0,009	0,046	-0,035	0,076	0,102
	Sig. (2-tailed)	0,386	0,793	0,042	0,754	0,912	0,58	0,669	0,356	0,213
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent	Pearson Correlation	-0,05	0,052	-0,099	-0,08	-0,139	0,052	-0,047	-0,044	0,112
	Sig. (2-tailed)	0,541	0,529	0,227	0,332	0,091	0,525	0,569	0,597	0,174
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Correlations		26.1	26.2	26.3	26.4	26.5	27	28	29	30.1
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	0,014	0,053	0,057	-0,103	-0,064	.173*	-0,044	-0,152	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,863	0,523	0,488	0,209	0,435	0,035	0,597	0,067	0,988
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	0,054	0,019	0,017	-0,066	-0,059	-0,065	-0,049	-.178*	-0,01
	Sig. (2-tailed)	0,51	0,813	0,833	0,421	0,476	0,43	0,554	0,031	0,905
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	0,029	0,07	0,055	-.190*	-0,025	-0,049	-0,011	-0,103	0,048
	Sig. (2-tailed)	0,724	0,393	0,508	0,02	0,76	0,548	0,894	0,216	0,556
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	-0,096	-0,102	.220**	-0,07	-0,138	0,015	0,013	0,012	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,241	0,215	0,007	0,394	0,093	0,851	0,874	0,889	0,989
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	-0,008	-0,013	-0,007	-0,019	0,042	-0,002	0,012	-0,094	-0,034
	Sig. (2-tailed)	0,925	0,87	0,932	0,813	0,608	0,985	0,88	0,256	0,68
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	0,074	-0,046	-0,024	0,061	-0,073	0,033	0,102	-0,014	0,133
	Sig. (2-tailed)	0,37	0,573	0,771	0,461	0,375	0,692	0,212	0,863	0,106
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	0,023	-0,001	0,089	-0,045	-0,142	0,086	0,068	0,025	0,035
	Sig. (2-tailed)	0,784	0,988	0,276	0,584	0,083	0,293	0,408	0,763	0,67
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	-0,094	-0,02	0,126	-0,149	0,029	0,035	0,103	-0,016	-0,067
	Sig. (2-tailed)	0,252	0,812	0,126	0,069	0,722	0,673	0,21	0,844	0,416
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	.222**	-0,08	-0,092	-0,058	-0,044	.254**	.337**	0,007	0,027
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,329	0,262	0,478	0,594	0,002	0	0,932	0,747
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	1	-0,056	.640**	-0,08	-0,116	0,15	0,089	-0,052	0,059
	Sig. (2-tailed)		0,496	0	0,33	0,159	0,067	0,277	0,528	0,472
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	-0,056	1	.233**	-0,029	-0,042	-.161*	-.186*	0,094	-0,059
	Sig. (2-tailed)	0,496		0,004	0,723	0,609	0,049	0,023	0,26	0,472
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	-.640**	-.233**	1	.333**	.481**	-0,122	0,107	-0,014	0,001
	Sig. (2-tailed)	0	0,004		0	0	0,138	0,192	0,863	0,995
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	-0,08	-0,029	.333**	1	-0,06	-0,025	.266**	0,034	0,012
	Sig. (2-tailed)	0,33	0,723	0		0,464	0,764	0,001	0,682	0,889
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	-0,116	-0,042	.481**	-0,06	1	0,113	.136**	0,029	-0,053
	Sig. (2-tailed)	0,159	0,609	0	0,464		0,169	0,018	0,729	0,521
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	0,15	-.161*	-0,122	-0,025	0,113	1	.210**	-0,102	0,064
	Sig. (2-tailed)	0,067	0,049	0,138	0,764	0,169		0,01	0,22	0,438
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	0,089	-.186*	0,107	.266**	.136**	.210**	1	.209*	0,061
	Sig. (2-tailed)	0,277	0,023	0,192	0,001	0,018	0,01		0,011	0,456
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,052	0,094	-0,014	0,034	0,029	-0,102	.209*	1	-0,069
	Sig. (2-tailed)	0,528	0,26	0,863	0,682	0,729	0,22	0,011		0,406
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147

Correlations		26.1	26.2	26.3	26.4	26.5	27	28	29	30.1
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken	Pearson Correlation	-0,094	0,042	0,01	-0,008	0,087	-0,045	-0,026	-0,057	-.432**
	Sig. (2-tailed)	0,251	0,61	0,907	0,921	0,292	0,583	0,752	0,493	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning	Pearson Correlation	0,069	-0,077	0,01	-0,029	-0,042	0,031	-0,041	0,127	-.224**
	Sig. (2-tailed)	0,404	0,347	0,899	0,722	0,608	0,708	0,614	0,124	0,006
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden	Pearson Correlation	0,019	0,125	-0,077	0,058	-0,003	-0,013	0,077	0	-0,128
	Sig. (2-tailed)	0,821	0,127	0,35	0,48	0,966	0,871	0,348	0,995	0,119
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
31 Uitleg kinderprogramma	Pearson Correlation	.165*	-.173*	-0,051	-0,039	-0,006	.497**	.592**	0,058	0,113
	Sig. (2-tailed)	0,044	0,035	0,536	0,637	0,942	0	0	0,482	0,168
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
32 Verbied bepaalde programma's	Pearson Correlation	0,143	-.208*	-0,004	-0,079	-0,008	.601**	.335**	0,021	0,123
	Sig. (2-tailed)	0,081	0,011	0,963	0,338	0,918	0	0	0,803	0,134
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
33 Consequent verbod	Pearson Correlation	0,043	.c	-0,109	0,091	0,064	-0,066	-0,1	-0,099	-0,007
	Sig. (2-tailed)	0,67	0	0,276	0,362	0,521	0,509	0,319	0,32	0,942
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten	Pearson Correlation	-0,174	-0,075	0	0,124	.260*	0	-0,116	-0,056	-.233*
	Sig. (2-tailed)	0,123	0,511	1	0,272	0,02	1	0,306	0,627	0,038
	N	80	80	80	80	80	80	80	78	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt	Pearson Correlation	-0,2	-0,007	.252*	-0,145	-0,048	0,171	0,19	0,065	-.452**
	Sig. (2-tailed)	0,075	0,952	0,024	0,2	0,672	0,129	0,091	0,574	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	78	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden	Pearson Correlation	0,067	-0,106	0,026	0,051	-0,124	0,012	0,027	0,019	.674**
	Sig. (2-tailed)	0,555	0,348	0,818	0,652	0,275	0,914	0,813	0,872	0
	N	80	80	80	80	80	80	80	78	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling	Pearson Correlation	-0,106	-0,045	0,15	-0,045	-0,053	-0,164	-0,049	-0,134	0,116
	Sig. (2-tailed)	0,351	0,69	0,184	0,69	0,643	0,146	0,668	0,243	0,307
	N	80	80	80	80	80	80	80	78	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming	Pearson Correlation	.342**	0,19	.378**	0,038	0	-0,118	-0,123	0,022	-0,032
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,092	0,001	0,738	1	0,298	0,279	0,848	0,776
	N	80	80	80	80	80	80	80	78	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,119	-0,036	-0,046	-0,052	-0,016	0,065	0,01	-.193*	.224**
	Sig. (2-tailed)	0,148	0,658	0,574	0,527	0,842	0,426	0,9	0,019	0,006
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,126	-0,046	.197*	-0,065	-0,095	-0,085	0,015	.306**	-0,133
	Sig. (2-tailed)	0,125	0,578	0,016	0,426	0,249	0,301	0,856	0	0,105
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,019	0,125	-0,13	0,058	0,084	0,034	0,031	0,012	-0,128
	Sig. (2-tailed)	0,821	0,127	0,113	0,48	0,308	0,676	0,708	0,889	0,119
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
35.4 Media inst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,087	-0,032	-0,006	0,116	0,051	-0,059	-0,082	-0,059	-0,092
	Sig. (2-tailed)	0,291	0,701	0,94	0,157	0,533	0,476	0,317	0,481	0,264
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150

Correlations	26.1	26.2	26.3	26.4	26.5	27	28	29	30.1	
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	Pearson Correlation	0,076	-0,008	-0,088	.234**	-0,116	-0,131	-0,045	.526**	-0,065
	Sig. (2-tailed)	0,355	0,923	0,286	0,004	0,156	0,111	0,589	0	0,431
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer	Pearson Correlation	-.181*	-0,11	.226**	-0,087	-0,024	-0,01	-0,018	0,081	-0,086
	Sig. (2-tailed)	0,027	0,179	0,005	0,289	0,767	0,903	0,827	0,33	0,294
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	Pearson Correlation	.174*	0,115	-0,154	0,006	-0,029	.492**	0,127	-0,054	0,032
	Sig. (2-tailed)	0,033	0,162	0,06	0,939	0,726	0	0,12	0,512	0,695
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
39 Ziet respondent als Mediawijs	Pearson Correlation	0,05	0,092	-0,104	0,007	0,056	.385**	.166*	-0,011	-0,123
	Sig. (2-tailed)	0,542	0,262	0,204	0,928	0,499	0	0,042	0,893	0,135
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
40 Ziet kind als Mediawijs	Pearson Correlation	0,047	0,049	-0,043	-0,006	-0,009	.352**	0,049	.179*	-0,027
	Sig. (2-tailed)	0,566	0,548	0,598	0,941	0,914	0,027	0,552	0,03	0,746
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind	Pearson Correlation	0,101	0,098	0,06	.225**	-0,114	-0,032	0,056	0,152	0,042
	Sig. (2-tailed)	0,219	0,233	0,464	0,006	0,166	0,695	0,497	0,065	0,61
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent	Pearson Correlation	-0,101	-0,098	-0,06	.225**	0,114	0,032	-0,056	-0,152	-0,042
	Sig. (2-tailed)	0,219	0,233	0,464	0,006	0,166	0,695	0,497	0,065	0,61
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
42 Leeftijd respondent	Pearson Correlation	-0,042	0	0,108	-0,109	-0,046	-0,1	.162*	-0,016	-0,066
	Sig. (2-tailed)	0,608	0,996	0,188	0,186	0,572	0,223	0,047	0,844	0,422
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school	Pearson Correlation	-0,056	-0,02	-0,019	-0,029	0,133	-0,065	0	0,101	-0,059
	Sig. (2-tailed)	0,496	0,804	0,815	0,723	0,104	0,428	1	0,225	0,472
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO	Pearson Correlation	0,013	0,067	-0,098	.165*	-0,01	-0,038	0,009	0,02	-0,02
	Sig. (2-tailed)	0,873	0,413	0,235	0,044	0,904	0,645	0,915	0,808	0,805
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO	Pearson Correlation	0,091	-0,113	0,057	-0,092	-0,083	0,042	-0,089	-0,074	0,058
	Sig. (2-tailed)	0,267	0,167	0,489	0,262	0,314	0,611	0,278	0,374	0,482
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO	Pearson Correlation	-0,118	0,068	0,064	-0,089	0,072	0,021	0,107	0,032	-0,027
	Sig. (2-tailed)	0,151	0,412	0,439	0,278	0,379	0,803	0,194	0,702	0,745
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
44 Dienstverband respondent	Pearson Correlation	0,008	0,046	0,028	-0,14	0,021	-0,042	-0,105	0,083	-0,037
	Sig. (2-tailed)	0,923	0,574	0,73	0,087	0,8	0,607	0,2	0,318	0,65
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
45 Arbeidsuren per week respondent	Pearson Correlation	0,025	.297**	-0,109	-0,021	0,01	-0,027	-0,152	0,018	-0,144
	Sig. (2-tailed)	0,764	0	0,185	0,797	0,907	0,747	0,063	0,826	0,08
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
46 Aanwezigheid partner	Pearson Correlation	0,048	0,083	-0,013	-0,116	0,002	-0,022	-0,04	0,038	0,068
	Sig. (2-tailed)	0,559	0,311	0,872	0,158	0,978	0,787	0,628	0,645	0,407
	N	150	150	150	150	150	150	150	147	150

Correlations	26.1	26.2	26.3	26.4	26.5	27	28	29	30.1
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar									
Pearson Correlation	-0,114	0,117	0,078	-0,05	-0,01	-0,09	-0,022	0,009	-0,038
Sig. (2-tailed)	0,166	0,155	0,341	0,54	0,903	0,274	0,788	0,917	0,643
N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar									
Pearson Correlation	-0,067	0,016	0,015	0,081	-0,008	-0,1	0	0,079	0,026
Sig. (2-tailed)	0,418	0,844	0,853	0,325	0,919	0,222	1	0,343	0,756
N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd									
Pearson Correlation	0,032	0,077	-0,024	0,055	0	-0,086	-0,021	-0,022	0,121
Sig. (2-tailed)	0,702	0,352	0,77	0,506	1	0,293	0,799	0,792	0,139
N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
50 Aantal televisies in huishouden									
Pearson Correlation	-0,011	0,068	0,094	-0,149	-0,067	-0,064	-0,01	0,008	-0,023
Sig. (2-tailed)	0,894	0,411	0,254	0,069	0,413	0,437	0,899	0,926	0,78
N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent									
Pearson Correlation	0,036	0,109	-0,024	0,019	0,037	-0,066	0,044	.196*	-0,006
Sig. (2-tailed)	0,662	0,185	0,771	0,82	0,655	0,425	0,589	0,017	0,938
N	150	150	150	150	150	150	150	147	150
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.									

Correlations		30.2	30.3	30.4	31	32	33	34.1	34.2	34.3
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	-0,116	0,018	0,127	-0,003	.190*	0,095	-0,167	0,036	-0,045
	Sig. (2-tailed)	0,159	0,826	0,123	0,973	0,02	0,34	0,139	0,751	0,689
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	0,018	-0,054	-0,006	-0,034	-0,046	-0,103	0,053	-0,103	0,068
	Sig. (2-tailed)	0,823	0,509	0,938	0,676	0,579	0,304	0,643	0,362	0,548
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	0,122	-0,109	-0,14	-0,083	-0,098	0,003	-0,162	-0,004	0,146
	Sig. (2-tailed)	0,136	0,186	0,088	0,31	0,233	0,977	0,151	0,971	0,197
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	-0,06	0,065	0,036	0,062	0,031	-0,007	-.252*	0,196	-0,06
	Sig. (2-tailed)	0,463	0,432	0,665	0,451	0,711	0,94	0,024	0,081	0,595
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	0,149	-0,143	-0,035	-0,026	-0,072	-0,05	-0,046	-0,08	0,036
	Sig. (2-tailed)	0,068	0,082	0,668	0,755	0,378	0,615	0,687	0,48	0,749
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	-0,03	-0,16	0,071	-0,047	0,143	0,039	-0,148	-0,017	0,133
	Sig. (2-tailed)	0,716	0,05	0,387	0,572	0,081	0,696	0,189	0,878	0,241
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	0,07	-0,063	-0,028	0,072	0,097	-0,083	-.240*	0,189	-0,058
	Sig. (2-tailed)	0,393	0,445	0,732	0,381	0,24	0,405	0,032	0,093	0,608
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	0,034	0,012	0,005	0,074	-0,034	0,092	-0,073	0,217	-0,139
	Sig. (2-tailed)	0,68	0,884	0,953	0,369	0,682	0,359	0,517	0,053	0,218
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,011	0,02	-0,043	.368**	.432**	0,109	0,052	-0,129	-0,079
	Sig. (2-tailed)	0,889	0,805	0,605	0	0	0,275	0,648	0,253	0,484
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	-0,094	0,069	0,019	.165*	0,143	0,043	-0,174	-0,2	0,067
	Sig. (2-tailed)	0,251	0,404	0,821	0,044	0,081	0,67	0,123	0,075	0,555
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	0,042	-0,077	0,125	-.173*	-.208*	.c	-0,075	-0,007	-0,106
	Sig. (2-tailed)	0,61	0,347	0,127	0,035	0,011	0	0,511	0,952	0,348
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	0,01	0,01	-0,077	-0,051	-0,004	-0,109	0	.252*	0,026
	Sig. (2-tailed)	0,907	0,899	0,35	0,536	0,963	0,276	1	0,024	0,818
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	-0,008	-0,029	0,058	-0,039	-0,079	0,091	0,124	-0,145	0,051
	Sig. (2-tailed)	0,921	0,722	0,48	0,637	0,338	0,362	0,272	0,2	0,652
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	0,087	-0,042	-0,003	-0,006	-0,008	0,064	.260*	-0,048	-0,124
	Sig. (2-tailed)	0,292	0,608	0,966	0,942	0,918	0,521	0,02	0,672	0,275
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	-0,045	0,031	-0,013	.597**	.601**	-0,066	0	0,171	0,012
	Sig. (2-tailed)	0,583	0,708	0,871	0	0	0,509	1	0,129	0,914
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,026	-0,041	0,077	.592**	.335**	-0,1	-0,116	0,19	0,027
	Sig. (2-tailed)	0,752	0,614	0,348	0	0	0,319	0,306	0,091	0,813
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,057	0,127	0	0,058	0,021	-0,099	-0,056	0,065	0,019
	Sig. (2-tailed)	0,493	0,124	0,995	0,482	0,803	0,32	0,627	0,574	0,872
	N	147	147	147	147	147	102	78	78	78
30.1 Tijdens meekijken bezig met meekijken	Pearson Correlation	-.432**	-.224**	-0,128	0,113	0,123	-0,007	-.233*	-.452**	.674**
	Sig. (2-tailed)	0	0,006	0,119	0,168	0,134	0,942	0,038	0	0
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80

Correlations	30.2	30.3	30.4	31	32	33	34.1	34.2	34.3	
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken	Pearson Correlation	1	.563**	.321**	-0,116	-0,087	-0,01	0,019	.404**	-.513**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0,157	0,29	0,918	0,868	0	0
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning	Pearson Correlation	-.563**	1	-.167*	0,027	-0,004	-0,002	0,159	-0,161	0,025
	Sig. (2-tailed)	0		0,041	0,745	0,96	0,982	0,16	0,152	0,825
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden	Pearson Correlation	-.321**	-.167*	1	0,062	0,059	0,093	0,126	0,192	-0,18
	Sig. (2-tailed)	0	0,041		0,451	0,474	0,354	0,265	0,088	0,111
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
31 Uitleg kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,116	0,027	0,062	1	.479**	-0,022	-0,108	0,117	0,033
	Sig. (2-tailed)	0,157	0,745	0,451		0	0,828	0,34	0,3	0,773
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
32 Verbied bepaalde programma's	Pearson Correlation	-0,087	-0,004	0,059	.479**	1	.c	-0,044	0,182	0,035
	Sig. (2-tailed)	0,29	0,96	0,474	0		0	0,701	0,107	0,761
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
33 Consequent verbod	Pearson Correlation	-0,01	-0,002	0,093	-0,022	.c	1	0,038	0,123	0,058
	Sig. (2-tailed)	0,918	0,982	0,354	0,828	0		0,773	0,349	0,661
	N	102	102	102	102	102	102	60	60	60
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten	Pearson Correlation	0,019	0,159	0,126	-0,108	-0,044	0,038	1	-.277*	-0,204
	Sig. (2-tailed)	0,868	0,16	0,265	0,34	0,701	0,773		0,013	0,07
	N	80	80	80	80	80	60	80	80	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt	Pearson Correlation	.404**	-0,161	0,192	0,117	0,182	0,123	-.277*	1	-.395**
	Sig. (2-tailed)	0	0,152	0,088	0,3	0,107	0,349	0,013		0
	N	80	80	80	80	80	60	80	80	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden	Pearson Correlation	-.513**	0,025	-0,18	0,033	0,035	0,058	-0,204	-.395**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0,825	0,111	0,773	0,761	0,661	0,07	0	
	N	80	80	80	80	80	60	80	80	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling	Pearson Correlation	-0,218	.225*	-0,076	0,054	-.265*	-.275*	-0,087	-0,168	-0,124
	Sig. (2-tailed)	0,052	0,045	0,5	0,636	0,018	0,034	0,444	0,136	0,275
	N	80	80	80	80	80	60	80	80	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming	Pearson Correlation	0,145	-0,081	-0,096	-0,105	-0,067	-0,146	-0,218	-.424**	-.311**
	Sig. (2-tailed)	0,201	0,476	0,396	0,354	0,557	0,266	0,052	0	0,005
	N	80	80	80	80	80	60	80	80	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	.563**	.391**	.569**	0,038	0,107	0,041	-0,218	0	0,104
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,644	0,195	0,681	0,052	1	0,36
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-.334**	.593**	-0,099	-0,014	-0,075	-0,113	0	-0,07	-0,08
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,229	0,862	0,364	0,258	1	0,538	0,482
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-.321**	0,06	.663**	-0,034	0,008	0,163	0,126	0,105	0,02
	Sig. (2-tailed)	0	0,469	0	0,676	0,921	0,101	0,265	0,355	0,861
	N	150	150	150	150	150	102	80	80	80



Correlations	30.2	30.3	30.4	31	32	33	34.1	34.2	34.3
35.4 Media inst.als voornaamste mede media opvoeder	-								
Pearson Correlation	.230**	-0,12	.381**	-0,01	-0,119	-0,191	.260*	-0,048	-0,124
Sig. (2-tailed)	0,005	0,144	0	0,905	0,146	0,055	0,02	0,672	0,275
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
36 Minuten gebruik televisie per dag kind									
Pearson Correlation	0,048	-0,021	-0,008	0,033	-0,113	-0,017	-0,079	0,048	0,098
Sig. (2-tailed)	0,557	0,797	0,919	0,685	0,17	0,863	0,489	0,671	0,389
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer									
Pearson Correlation	.162*	-0,122	0,007	-0,062	0,116	0,1	0	0,203	-0,073
Sig. (2-tailed)	0,047	0,138	0,93	0,448	0,158	0,319	1	0,071	0,518
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
38 Bekendheid met term Mediawijsheid									
Pearson Correlation	-0,03	-0,016	-0,021	.286**	.332**	0,006	-0,075	0,121	0,055
Sig. (2-tailed)	0,718	0,845	0,799	0	0	0,955	0,507	0,285	0,629
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
39 Ziet respondent als Mediawijs									
Pearson Correlation	0,062	0,049	-0,075	.242**	.262**	-0,059	0,05	0,144	-0,034
Sig. (2-tailed)	0,448	0,553	0,36	0,003	0,001	0,558	0,659	0,203	0,762
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
40 Ziet kind als Mediawijs									
Pearson Correlation	-0,061	0,08	0,053	-0,011	-0,044	-0,136	-.242*	0,153	-0,052
Sig. (2-tailed)	0,455	0,333	0,519	0,895	0,594	0,172	0,031	0,177	0,645
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind									
Pearson Correlation	0,085	-0,004	-0,144	-0,102	0,02	0,108	-.275*	0,1	-0,137
Sig. (2-tailed)	0,303	0,96	0,078	0,212	0,812	0,281	0,014	0,379	0,224
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent									
Pearson Correlation	-0,085	0,004	0,144	0,102	-0,02	-0,108	.275*	-0,1	0,137
Sig. (2-tailed)	0,303	0,96	0,078	0,212	0,812	0,281	0,014	0,379	0,224
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
42 Leeftijd respondent									
Pearson Correlation	0,037	0,013	0,003	-0,038	-0,008	-0,079	-0,01	0,177	-0,173
Sig. (2-tailed)	0,651	0,876	0,975	0,643	0,922	0,429	0,927	0,116	0,124
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school									
Pearson Correlation	-0,053	0,15	-0,044	0,021	-0,004	-0,098	-0,043	-0,083	-0,061
Sig. (2-tailed)	0,517	0,067	0,593	0,796	0,96	0,328	0,708	0,467	0,593
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO									
Pearson Correlation	-0,022	0,041	0,018	0,094	-0,063	0,003	-0,105	-0,013	0,008
Sig. (2-tailed)	0,794	0,621	0,831	0,252	0,44	0,977	0,355	0,907	0,947
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO									
Pearson Correlation	0,05	-0,037	-0,147	-0,123	0,134	-0,073	.242*	-0,207	0,002
Sig. (2-tailed)	0,54	0,649	0,072	0,134	0,103	0,468	0,03	0,065	0,989
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO									
Pearson Correlation	-0,017	-0,063	.189*	0,028	-0,09	0,14	-0,166	.316**	0,006
Sig. (2-tailed)	0,832	0,447	0,021	0,733	0,271	0,161	0,14	0,004	0,957
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
44 Dienstverband respondent									
Pearson Correlation	0,134	-0,115	-0,044	-.186*	-0,005	-0,026	-.252*	.245*	0,08
Sig. (2-tailed)	0,101	0,162	0,592	0,023	0,95	0,795	0,024	0,029	0,482
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80

Correlations	30.2	30.3	30.4	31	32	33	34.1	34.2	34.3
45 Arbeidsuren per week respondent									
Pearson Correlation	0,145	-0,054	0,01	-.165*	-0,032	0,05	-.224*	0,209	-0,119
Sig. (2-tailed)	0,077	0,51	0,906	0,043	0,701	0,616	0,046	0,063	0,292
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
46 Aanwezigheid partner									
Pearson Correlation	0,146	-0,087	.256**	-0,108	-0,071	-0,056	-0,056	0,04	0,019
Sig. (2-tailed)	0,075	0,288	0,002	0,189	0,388	0,579	0,625	0,724	0,865
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar									
Pearson Correlation	0,067	0,002	-0,041	-0,076	-0,068	0,05	0,036	0,111	-0,1
Sig. (2-tailed)	0,416	0,982	0,62	0,356	0,409	0,616	0,748	0,327	0,379
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar									
Pearson Correlation	-0,041	0,07	-0,072	-0,078	-0,029	0,037	0,031	0,034	0,063
Sig. (2-tailed)	0,62	0,393	0,378	0,34	0,723	0,709	0,787	0,764	0,577
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd									
Pearson Correlation	0,021	-0,154	0	-0,087	-0,023	-0,131	0,017	-0,051	0,087
Sig. (2-tailed)	0,794	0,06	1	0,288	0,78	0,19	0,883	0,653	0,441
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
50 Aantal televisies in huishouden									
Pearson Correlation	0,059	-0,063	-0,016	-0,005	-0,049	0,159	-0,081	0,125	-0,171
Sig. (2-tailed)	0,473	0,443	0,848	0,948	0,548	0,111	0,474	0,271	0,13
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent									
Pearson Correlation	-0,051	0	0,098	0,039	-0,052	0,027	0,127	-0,006	0,013
Sig. (2-tailed)	0,531	0,996	0,231	0,637	0,529	0,789	0,261	0,959	0,909
N	150	150	150	150	150	102	80	80	80

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Correlations		34.4	34.5	35.1	35.2	35.3	35.4	36	37	38
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	0,016	0,124	-0,048	-0,068	0,068	0,099	-.198*	-0,038	0,095
	Sig. (2-tailed)	0,885	0,275	0,557	0,405	0,405	0,228	0,015	0,644	0,245
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	0,107	-0,046	-0,088	0,067	0,059	0,005	-0,099	-0,042	0,051
	Sig. (2-tailed)	0,346	0,685	0,282	0,418	0,473	0,955	0,227	0,613	0,535
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	0,07	-0,047	0,075	0,022	-0,007	-.171*	-0,137	0,074	0,009
	Sig. (2-tailed)	0,54	0,677	0,361	0,786	0,933	0,037	0,094	0,371	0,917
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	0,126	-0,028	-0,065	0,125	0,067	-0,133	-0,079	-0,014	-0,048
	Sig. (2-tailed)	0,267	0,804	0,427	0,127	0,413	0,105	0,334	0,861	0,557
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	0,082	0,047	0,013	-0,018	-0,013	0,016	-.199*	0,004	-0,015
	Sig. (2-tailed)	0,469	0,68	0,875	0,83	0,874	0,846	0,015	0,962	0,86
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	-.249*	0,13	0,045	-0,15	0,034	0,072	0,006	-0,053	0,091
	Sig. (2-tailed)	0,026	0,251	0,582	0,067	0,679	0,383	0,946	0,521	0,266
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	-0,096	0,08	0,144	-0,084	0,008	-.182*	0,027	-0,044	0,119
	Sig. (2-tailed)	0,395	0,48	0,078	0,309	0,921	0,026	0,743	0,596	0,146
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	-0,043	-0,027	-0,044	0,071	0,052	-0,079	-0,083	0,007	0,023
	Sig. (2-tailed)	0,703	0,811	0,595	0,391	0,531	0,336	0,312	0,933	0,78
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	0,094	0,132	0,111	-0,079	-0,043	-0,055	0,076	0,083	.565**
	Sig. (2-tailed)	0,405	0,244	0,176	0,335	0,605	0,507	0,357	0,315	0
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	-0,106	.342**	0,119	-0,126	0,019	-0,087	0,076	-.181*	.174*
	Sig. (2-tailed)	0,351	0,002	0,148	0,125	0,821	0,291	0,355	0,027	0,033
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	-0,045	0,19	-0,036	-0,046	0,125	-0,032	-0,008	-0,11	0,115
	Sig. (2-tailed)	0,69	0,092	0,658	0,578	0,127	0,701	0,923	0,179	0,162
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	0,15	.378**	-0,046	.197*	-0,13	-0,006	-0,088	.226**	-0,154
	Sig. (2-tailed)	0,184	0,001	0,574	0,016	0,113	0,94	0,286	0,005	0,06
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	-0,045	0,038	-0,052	-0,065	0,058	0,116	.234**	-0,087	0,006
	Sig. (2-tailed)	0,69	0,738	0,527	0,426	0,48	0,157	0,004	0,289	0,939
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	-0,053	0	-0,016	-0,095	0,084	0,051	-0,116	-0,024	-0,029
	Sig. (2-tailed)	0,643	1	0,842	0,249	0,308	0,533	0,156	0,767	0,726
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	-0,164	-0,118	0,065	-0,085	0,034	-0,059	-0,131	-0,01	.492**
	Sig. (2-tailed)	0,146	0,298	0,426	0,301	0,676	0,476	0,111	0,903	0
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,049	-0,123	0,01	0,015	0,031	-0,082	-0,045	-0,018	0,127
	Sig. (2-tailed)	0,668	0,279	0,9	0,856	0,708	0,317	0,589	0,827	0,12
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,134	0,022	-.193*	.306**	0,012	-0,059	.526**	0,081	-0,054
	Sig. (2-tailed)	0,243	0,848	0,019	0	0,889	0,481	0	0,33	0,512
	N	78	78	147	147	147	147	147	147	147
30.1 Tijdens meekijken bezig met meekijken	Pearson Correlation	0,116	-0,032	.224**	-0,133	-0,128	-0,092	-0,065	-0,086	0,032
	Sig. (2-tailed)	0,307	0,776	0,006	0,105	0,119	0,264	0,431	0,294	0,695
	N	80	80	150	150	150	150	150	150	150

Correlations	34.4	34.5	35.1	35.2	35.3	35.4	36	37	38
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken									
Pearson Correlation	-0,218	0,145	.563**	-.334**	-.321**	-.230**	0,048	.162*	-0,03
Sig. (2-tailed)	0,052	0,201	0	0	0	0,005	0,557	0,047	0,718
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning									
Pearson Correlation	.225*	-0,081	-.391**	.593**	0,06	-0,12	-0,021	-0,122	-0,016
Sig. (2-tailed)	0,045	0,476	0	0	0,469	0,144	0,797	0,138	0,845
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden									
Pearson Correlation	-0,076	-0,096	.569**	-0,099	.663**	.381**	-0,008	0,007	-0,021
Sig. (2-tailed)	0,5	0,396	0	0,229	0	0	0,919	0,93	0,799
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
31 Uitleg kinderprogramma									
Pearson Correlation	0,054	-0,105	0,038	-0,014	-0,034	-0,01	0,033	-0,062	.286**
Sig. (2-tailed)	0,636	0,354	0,644	0,862	0,676	0,905	0,685	0,448	0
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
32 Verbied bepaalde programma's									
Pearson Correlation	-.265*	-0,067	0,107	-0,075	0,008	-0,119	-0,113	0,116	.332**
Sig. (2-tailed)	0,018	0,557	0,195	0,364	0,921	0,146	0,17	0,158	0
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
33 Consequent verbod									
Pearson Correlation	-.275*	-0,146	0,041	-0,113	0,163	-0,191	-0,017	0,1	0,006
Sig. (2-tailed)	0,034	0,266	0,681	0,258	0,101	0,055	0,863	0,319	0,955
N	60	60	102	102	102	102	102	102	102
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten									
Pearson Correlation	-0,087	-0,218	-0,218	0	0,126	.260*	-0,079	0	-0,075
Sig. (2-tailed)	0,444	0,052	0,052	1	0,265	0,02	0,489	1	0,507
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt									
Pearson Correlation	-0,168	.424**	0	-0,07	0,105	-0,048	0,048	0,203	0,121
Sig. (2-tailed)	0,136	0	1	0,538	0,355	0,672	0,671	0,071	0,285
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden									
Pearson Correlation	-0,124	.311**	0,104	-0,08	0,02	-0,124	0,098	-0,073	0,055
Sig. (2-tailed)	0,275	0,005	0,36	0,482	0,861	0,275	0,389	0,518	0,629
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling									
Pearson Correlation	1	-0,132	-0,132	.306**	-0,076	-0,053	-.256*	-0,07	-0,21
Sig. (2-tailed)		0,242	0,242	0,006	0,5	0,643	0,022	0,536	0,061
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming									
Pearson Correlation	-0,132	1	0,133	0	-0,192	0	0,042	-0,118	-0,023
Sig. (2-tailed)	0,242		0,238	1	0,087	1	0,713	0,298	0,84
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder									
Pearson Correlation	-0,132	0,133	1	.593**	.569**	.409**	-0,029	0,056	0,09
Sig. (2-tailed)	0,242	0,238		0	0	0	0,726	0,498	0,274
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder									
Pearson Correlation	.306**	0	.593**	1	-0,099	-0,071	0,046	-0,058	-.191*
Sig. (2-tailed)	0,006	1	0		0,229	0,388	0,578	0,48	0,019
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder									
Pearson Correlation	-0,076	-0,192	.569**	-0,099	1	-0,068	-0,021	0,007	0,052
Sig. (2-tailed)	0,5	0,087	0	0,229		0,407	0,794	0,93	0,525
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150

Correlations	34.4	34.5	35.1	35.2	35.3	35.4	36	37	38
35.4 Media inst.als voornaamste mede media opvoeder									
Pearson Correlation	-0,053	0	.409**	-0,071	-0,068	1	0,023	-0,04	0,015
Sig. (2-tailed)	0,643	1	0	0,388	0,407		0,782	0,626	0,856
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
36 Minuten gebruik televisie per dag kind									
Pearson Correlation	-.256*	0,042	-0,029	0,046	-0,021	0,023	1	.284**	0,004
Sig. (2-tailed)	0,022	0,713	0,726	0,578	0,794	0,782		0,017	0,965
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer									
Pearson Correlation	-0,07	-0,118	0,056	-0,058	0,007	-0,04	.284**	1	-0,076
Sig. (2-tailed)	0,536	0,298	0,498	0,48	0,93	0,626	0,017		0,358
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
38 Bekendheid met term Mediawijsheid									
Pearson Correlation	-0,21	-0,023	0,09	-.191*	0,052	0,015	0,004	-0,076	1
Sig. (2-tailed)	0,061	0,84	0,274	0,019	0,525	0,856	0,965	0,358	
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
39 Ziet respondent als Mediawijs									
Pearson Correlation	-.274*	-0,026	0,067	-0,114	0,011	0,008	0,017	-0,047	.630**
Sig. (2-tailed)	0,014	0,822	0,412	0,165	0,891	0,922	0,84	0,565	0
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
40 Ziet kind als Mediawijs									
Pearson Correlation	0,067	0,034	-0,115	0,111	0,107	-0,066	0,078	-0,075	0,016
Sig. (2-tailed)	0,556	0,767	0,16	0,176	0,194	0,422	0,345	0,361	0,842
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind									
Pearson Correlation	0,013	.226*	.175*	0,024	-.195*	-0,119	0,005	-0,002	-0,087
Sig. (2-tailed)	0,91	0,044	0,032	0,775	0,017	0,146	0,951	0,977	0,287
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent									
Pearson Correlation	-0,013	-.226*	-.175*	-0,024	.195*	0,119	-0,005	0,002	0,087
Sig. (2-tailed)	0,91	0,044	0,032	0,775	0,017	0,146	0,951	0,977	0,287
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
42 Leeftijd respondent									
Pearson Correlation	0,049	-0,045	-0,006	0,029	0,048	-0,092	0,04	0,007	0,047
Sig. (2-tailed)	0,667	0,693	0,941	0,727	0,558	0,264	0,63	0,931	0,569
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school									
Pearson Correlation	.490**	-0,065	-0,15	.282**	-0,044	-0,032	-0,034	-0,012	-0,106
Sig. (2-tailed)	0	0,567	0,067	0	0,593	0,701	0,677	0,886	0,197
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO									
Pearson Correlation	0,145	0,015	-0,009	-0,049	0,065	-0,002	0,046	-0,007	0,086
Sig. (2-tailed)	0,201	0,898	0,917	0,549	0,427	0,979	0,576	0,928	0,296
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO									
Pearson Correlation	-0,182	0,133	.168*	-0,114	-0,147	0,019	-0,016	0,038	-0,046
Sig. (2-tailed)	0,105	0,238	0,04	0,166	0,072	0,817	0,844	0,643	0,576
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO									
Pearson Correlation	-0,101	-0,176	-0,155	0,11	0,124	-0,01	-0,028	-0,036	-0,015
Sig. (2-tailed)	0,372	0,118	0,059	0,18	0,13	0,9	0,738	0,661	0,859
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
44 Dienstverband respondent									
Pearson Correlation	-0,115	-0,096	0,018	0,104	-0,116	-0,024	-0,044	-0,085	-0,156
Sig. (2-tailed)	0,311	0,396	0,827	0,206	0,158	0,768	0,595	0,302	0,057
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150

Correlations	34.4	34.5	35.1	35.2	35.3	35.4	36	37	38
45 Arbeidsuren per week respondent									
Pearson Correlation	-0,051	0,081	-0,031	0,097	0,001	-0,074	-0,087	-0,062	-0,082
Sig. (2-tailed)	0,655	0,475	0,704	0,236	0,989	0,37	0,289	0,453	0,319
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
46 Aanwezigheid partner									
Pearson Correlation	-0,142	0,051	.197*	0,029	.365**	0,056	-0,125	-0,121	-0,144
Sig. (2-tailed)	0,211	0,654	0,016	0,726	0	0,495	0,128	0,141	0,078
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar									
Pearson Correlation	-0,028	-0,04	-0,022	0,077	0,05	-0,129	0,078	0,079	0,023
Sig. (2-tailed)	0,802	0,726	0,787	0,35	0,543	0,117	0,345	0,334	0,78
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar									
Pearson Correlation	-0,149	-0,047	-0,07	0,14	0,048	-0,118	.194*	0,126	-0,021
Sig. (2-tailed)	0,186	0,679	0,393	0,087	0,557	0,15	0,018	0,123	0,799
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd									
Pearson Correlation	0,173	-0,128	0,026	-0,111	0	0,102	-0,005	0,022	0,05
Sig. (2-tailed)	0,126	0,259	0,756	0,178	1	0,216	0,952	0,788	0,546
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
50 Aantal televisies in huishouden									
Pearson Correlation	0,03	0,074	0,006	0,005	0,041	-0,073	.156**	.558**	-0,029
Sig. (2-tailed)	0,795	0,512	0,946	0,954	0,617	0,377	0,027	0	0,724
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent									
Pearson Correlation	0,031	-0,119	-0,094	0,039	0,061	0,051	.388**	0,049	-0,031
Sig. (2-tailed)	0,784	0,293	0,254	0,64	0,459	0,532	0	0,55	0,71
N	80	80	150	150	150	150	150	150	150

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Correlations		39	40	41.1	41.2	42	43.1	43.2	43.3	43.4
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	0,063	-0,058	0,119	-0,119	-0,039	-0,059	0,056	0,02	-0,081
	Sig. (2-tailed)	0,447	0,477	0,147	0,147	0,639	0,473	0,494	0,804	0,326
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	0,035	-0,053	-0,033	0,033	0,093	0,04	-0,173*	0,079	0,113
	Sig. (2-tailed)	0,668	0,516	0,69	0,69	0,258	0,628	0,035	0,334	0,169
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	-0,01	-0,047	0,077	-0,077	0,026	0,092	-0,102	0,013	0,085
	Sig. (2-tailed)	0,905	0,57	0,348	0,348	0,75	0,262	0,213	0,872	0,299
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	-0,122	-0,033	0,158	-0,158	0,055	0,025	-0,069	-0,014	0,102
	Sig. (2-tailed)	0,137	0,69	0,053	0,053	0,502	0,758	0,4	0,867	0,214
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	-0,069	0,036	0,053	-0,053	-0,007	0,008	0,01	-0,113	0,134
	Sig. (2-tailed)	0,404	0,66	0,52	0,52	0,935	0,926	0,9	0,168	0,103
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	0,128	0,059	-0,042	0,042	-0,045	-0,089	-0,036	-0,063	.167*
	Sig. (2-tailed)	0,119	0,474	0,609	0,609	0,588	0,277	0,661	0,441	0,041
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	0,15	-0,056	0,119	-0,119	0,028	-0,12	-0,096	0,109	0,032
	Sig. (2-tailed)	0,067	0,497	0,147	0,147	0,738	0,142	0,24	0,185	0,699
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	-0,069	-0,025	0,117	-0,117	0,148	0,098	-0,025	-0,079	0,101
	Sig. (2-tailed)	0,4	0,759	0,153	0,153	0,071	0,231	0,76	0,337	0,218
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	.322**	-0,046	-0,087	0,087	0,076	-0,002	0,101	-0,031	-0,095
	Sig. (2-tailed)	0	0,577	0,291	0,291	0,354	0,985	0,217	0,703	0,248
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	0,05	0,047	0,101	-0,101	-0,042	-0,056	0,013	0,091	-0,118
	Sig. (2-tailed)	0,542	0,566	0,219	0,219	0,608	0,496	0,873	0,267	0,151
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	0,092	0,049	0,098	-0,098	0	-0,02	0,067	-0,113	0,068
	Sig. (2-tailed)	0,262	0,548	0,233	0,233	0,996	0,804	0,413	0,167	0,412
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	-0,104	-0,043	0,06	-0,06	0,108	-0,019	-0,098	0,057	0,064
	Sig. (2-tailed)	0,204	0,598	0,464	0,464	0,188	0,815	0,235	0,489	0,439
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	0,007	-0,006	.225**	.225**	-0,109	-0,029	.165*	-0,092	-0,089
	Sig. (2-tailed)	0,928	0,941	0,006	0,006	0,186	0,723	0,044	0,262	0,278
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	0,056	-0,009	-0,114	0,114	-0,046	0,133	-0,01	-0,083	0,072
	Sig. (2-tailed)	0,499	0,914	0,166	0,166	0,572	0,104	0,904	0,314	0,379
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	.385**	.352**	-0,032	0,032	-0,1	-0,065	-0,038	0,042	0,021
	Sig. (2-tailed)	0	0,027	0,695	0,695	0,223	0,428	0,645	0,611	0,803
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	.166*	0,049	0,056	-0,056	.162*	0	0,009	-0,089	0,107
	Sig. (2-tailed)	0,042	0,552	0,497	0,497	0,047	1	0,915	0,278	0,194
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,011	.179*	0,152	-0,152	-0,016	0,101	0,02	-0,074	0,032
	Sig. (2-tailed)	0,893	0,03	0,065	0,065	0,844	0,225	0,808	0,374	0,702
	N	147	147	147	147	147	147	147	147	147
30.1 Tijdens meekijken bezig met meekijken	Pearson Correlation	-0,123	-0,027	0,042	-0,042	-0,066	-0,059	-0,02	0,058	-0,027
	Sig. (2-tailed)	0,135	0,746	0,61	0,61	0,422	0,472	0,805	0,482	0,745
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations		39	40	41.1	41.2	42	43.1	43.2	43.3	43.4
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken	Pearson Correlation	0,062	-0,061	0,085	-0,085	0,037	-0,053	-0,022	0,05	-0,017
	Sig. (2-tailed)	0,448	0,455	0,303	0,303	0,651	0,517	0,794	0,54	0,832
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning	Pearson Correlation	0,049	0,08	-0,004	0,004	0,013	0,15	0,041	-0,037	-0,063
	Sig. (2-tailed)	0,553	0,333	0,96	0,96	0,876	0,067	0,621	0,649	0,447
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden	Pearson Correlation	-0,075	0,053	-0,144	0,144	0,003	-0,044	0,018	-0,147	.189*
	Sig. (2-tailed)	0,36	0,519	0,078	0,078	0,975	0,593	0,831	0,072	0,021
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
31 Uitleg kinderprogramma	Pearson Correlation	.242**	-0,011	-0,102	0,102	-0,038	0,021	0,094	-0,123	0,028
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,895	0,212	0,212	0,643	0,796	0,252	0,134	0,733
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
32 Verbied bepaalde programma's	Pearson Correlation	.262**	-0,044	0,02	-0,02	-0,008	-0,004	-0,063	0,134	-0,09
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,594	0,812	0,812	0,922	0,96	0,44	0,103	0,271
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
33 Consequent verbod	Pearson Correlation	-0,059	-0,136	0,108	-0,108	-0,079	-0,098	0,003	-0,073	0,14
	Sig. (2-tailed)	0,558	0,172	0,281	0,281	0,429	0,328	0,977	0,468	0,161
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten	Pearson Correlation	0,05	-.242*	-.275*	.275*	-0,01	-0,043	-0,105	.242*	-0,166
	Sig. (2-tailed)	0,659	0,031	0,014	0,014	0,927	0,708	0,355	0,03	0,14
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt	Pearson Correlation	0,144	0,153	0,1	-0,1	0,177	-0,083	-0,013	-0,207	.316**
	Sig. (2-tailed)	0,203	0,177	0,379	0,379	0,116	0,467	0,907	0,065	0,004
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden	Pearson Correlation	-0,034	-0,052	-0,137	0,137	-0,173	-0,061	0,008	0,002	0,006
	Sig. (2-tailed)	0,762	0,645	0,224	0,224	0,124	0,593	0,947	0,989	0,957
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling	Pearson Correlation	-.274*	0,067	0,013	-0,013	0,049	.490**	0,145	-0,182	-0,101
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,556	0,91	0,91	0,667	0	0,201	0,105	0,372
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming	Pearson Correlation	-0,026	0,034	.226*	-.226*	-0,045	-0,065	0,015	0,133	-0,176
	Sig. (2-tailed)	0,822	0,767	0,044	0,044	0,693	0,567	0,898	0,238	0,118
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,067	-0,115	.175*	-.175*	-0,006	-0,15	-0,009	.168*	-0,155
	Sig. (2-tailed)	0,412	0,16	0,032	0,032	0,941	0,067	0,917	0,04	0,059
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,114	0,111	0,024	-0,024	0,029	.282**	-0,049	-0,114	0,11
	Sig. (2-tailed)	0,165	0,176	0,775	0,775	0,727	0	0,549	0,166	0,18
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,011	0,107	-.195*	.195*	0,048	-0,044	0,065	-0,147	0,124
	Sig. (2-tailed)	0,891	0,194	0,017	0,017	0,558	0,593	0,427	0,072	0,13
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150



Correlations		39	40	41.1	41.2	42	43.1	43.2	43.3	43.4
35.4 Media inst.als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,008	-0,066	-0,119	0,119	-0,092	-0,032	-0,002	0,019	-0,01
	Sig. (2-tailed)	0,922	0,422	0,146	0,146	0,264	0,701	0,979	0,817	0,9
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	Pearson Correlation	0,017	0,078	0,005	-0,005	0,04	-0,034	0,046	-0,016	-0,028
	Sig. (2-tailed)	0,84	0,345	0,951	0,951	0,63	0,677	0,576	0,844	0,738
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer	Pearson Correlation	-0,047	-0,075	-0,002	0,002	0,007	-0,012	-0,007	0,038	-0,036
	Sig. (2-tailed)	0,565	0,361	0,977	0,977	0,931	0,886	0,928	0,643	0,661
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	Pearson Correlation	.630**	0,016	-0,087	0,087	0,047	-0,106	0,086	-0,046	-0,015
	Sig. (2-tailed)	0	0,842	0,287	0,287	0,569	0,197	0,296	0,576	0,859
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
39 Ziet respondent als Mediawijs	Pearson Correlation	1	0,07	-.182*	.182*	-0,018	-0,082	0,081	-0,046	-0,017
	Sig. (2-tailed)		0,396	0,026	0,026	0,824	0,32	0,324	0,576	0,834
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
40 Ziet kind als Mediawijs	Pearson Correlation	0,07	1	0,053	-0,053	0,116	0,049	0,09	-.189*	0,11
	Sig. (2-tailed)	0,396		0,52	0,52	0,158	0,548	0,273	0,021	0,18
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind	Pearson Correlation	-.182*	0,053	1	1.000**	-0,039	-0,004	-0,063	0,016	0,065
	Sig. (2-tailed)	0,026	0,52		0	0,639	0,96	0,44	0,842	0,426
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent	Pearson Correlation	.182*	-0,053	1.000**	1	0,039	0,004	0,063	-0,016	-0,065
	Sig. (2-tailed)	0,026	0,52	0		0,639	0,96	0,44	0,842	0,426
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
42 Leeftijd respondent	Pearson Correlation	-0,018	0,116	-0,039	0,039	1	-0,081	0,039	-0,017	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,824	0,158	0,639	0,639		0,324	0,636	0,834	0,988
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school	Pearson Correlation	-0,082	0,049	-0,004	0,004	-0,081	1	-0,125	-0,113	-0,062
	Sig. (2-tailed)	0,32	0,548	0,96	0,96	0,324		0,128	0,167	0,448
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO	Pearson Correlation	0,081	0,09	-0,063	0,063	0,039	-0,125	1	-.694**	-.382**
	Sig. (2-tailed)	0,324	0,273	0,44	0,44	0,636	0,128		0	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO	Pearson Correlation	-0,046	-.189*	0,016	-0,016	-0,017	-0,113	-.694**	1	-.347**
	Sig. (2-tailed)	0,576	0,021	0,842	0,842	0,834	0,167	0		0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO	Pearson Correlation	-0,017	0,11	0,065	-0,065	0,001	-0,062	-.382**	-.347**	1
	Sig. (2-tailed)	0,834	0,18	0,426	0,426	0,988	0,448	0	0	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
44 Dienstverband respondent	Pearson Correlation	-0,16	-0,021	.168*	-.168*	-0,02	0,046	-0,003	0,008	-0,024
	Sig. (2-tailed)	0,051	0,802	0,04	0,04	0,811	0,574	0,974	0,925	0,768
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations	39	40	41.1	41.2	42	43.1	43.2	43.3	43.4
45 Arbeidsuren per week respondent									
Pearson Correlation	-0,075	-0,051	0,089	-0,089	0,043	0,076	-0,01	-0,041	0,039
Sig. (2-tailed)	0,362	0,533	0,277	0,277	0,597	0,354	0,9	0,62	0,635
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
46 Aanwezigheid partner									
Pearson Correlation	-0,021	0,006	.225**	.225**	0,003	.245**	0,014	0,085	-0,038
Sig. (2-tailed)	0,796	0,942	0,006	0,006	0,974	0,002	0,861	0,302	0,64
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar									
Pearson Correlation	-0,061	0,031	0,023	-0,023	.644**	-0,066	0,073	-0,062	0,008
Sig. (2-tailed)	0,458	0,706	0,776	0,776	0	0,424	0,372	0,451	0,919
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar									
Pearson Correlation	-0,004	-0,107	-0,078	0,078	.405**	-0,065	0,023	0,051	-0,074
Sig. (2-tailed)	0,96	0,191	0,345	0,345	0	0,432	0,781	0,534	0,367
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd									
Pearson Correlation	0,039	0,048	-.207*	.207*	-0,039	0	0,065	-0,044	-0,029
Sig. (2-tailed)	0,634	0,557	0,011	0,011	0,636	1	0,43	0,593	0,722
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
50 Aantal televisies in huishouden									
Pearson Correlation	-0,134	0,005	0,088	-0,088	.187*	0,01	0,036	-0,08	0,053
Sig. (2-tailed)	0,101	0,95	0,284	0,284	0,022	0,9	0,661	0,331	0,517
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent									
Pearson Correlation	-0,054	0,036	0,033	-0,033	-0,085	.210**	0,057	-0,067	-0,067
Sig. (2-tailed)	0,514	0,659	0,692	0,692	0,302	0,01	0,492	0,414	0,413
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
<p>* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.</p>									

Correlations		44	45	46	47	48	49	50	51
1 Criterium Amusement	Pearson Correlation	-0,044	0,046	0,003	-0,026	-0,077	-0,051	-0,071	-0,05
	Sig. (2-tailed)	0,597	0,58	0,974	0,748	0,349	0,537	0,386	0,541
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
2 Criterium Onschadelijkheid	Pearson Correlation	0,021	0,002	0,048	0,029	0,049	-0,049	0,022	-0,052
	Sig. (2-tailed)	0,8	0,977	0,558	0,725	0,552	0,551	0,793	0,529
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
3 Criterium Begrijpelijkheid	Pearson Correlation	0,079	0,149	0,039	0,111	0,143	-0,056	.167*	-0,099
	Sig. (2-tailed)	0,337	0,07	0,635	0,177	0,082	0,499	0,042	0,227
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
4 Criterium Educatief	Pearson Correlation	0,059	-0,009	-0,028	0,092	-0,051	-0,061	0,026	-0,08
	Sig. (2-tailed)	0,471	0,91	0,738	0,264	0,533	0,455	0,754	0,332
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
5 Criterium Betrokkenheid	Pearson Correlation	0,016	0,055	0,062	0,019	-0,033	-0,065	0,009	-0,139
	Sig. (2-tailed)	0,847	0,507	0,448	0,818	0,685	0,433	0,912	0,091
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
6 Criterium Esthetische Kwaliteit	Pearson Correlation	-0,029	-0,029	0,047	-0,084	-0,056	0,08	0,046	0,052
	Sig. (2-tailed)	0,728	0,725	0,564	0,308	0,497	0,333	0,58	0,525
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
7 Criterium Rolmodellen	Pearson Correlation	-0,142	-0,144	0,022	-0,006	-0,043	0,021	-0,035	-0,047
	Sig. (2-tailed)	0,084	0,078	0,791	0,937	0,601	0,801	0,669	0,569
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
8 Criterium Geloofwaardigheid	Pearson Correlation	-0,054	-0,006	-0,023	.175*	0,074	0,013	0,076	-0,044
	Sig. (2-tailed)	0,515	0,944	0,784	0,032	0,365	0,87	0,356	0,597
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
25 Op de hoogte van kinderprogramma	Pearson Correlation	.264**	-0,14	.247**	0,042	-0,011	0,027	0,102	0,112
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,087	0,002	0,611	0,892	0,002**	0,213	0,174
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
26.1 Baseert mening op uw eigen mening	Pearson Correlation	0,008	0,025	0,048	-0,114	-0,067	0,032	-0,011	0,036
	Sig. (2-tailed)	0,923	0,764	0,559	0,166	0,418	0,702	0,894	0,662
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
26.2 Baseert mening op partner	Pearson Correlation	0,046	.297**	0,083	0,117	0,016	-0,077	0,068	-0,109
	Sig. (2-tailed)	0,574	0	0,311	0,155	0,844	0,352	0,411	0,185
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
26.3 Baseert mening op kind	Pearson Correlation	0,028	-0,109	-0,013	0,078	0,015	-0,024	0,094	-0,024
	Sig. (2-tailed)	0,73	0,185	0,872	0,341	0,853	0,77	0,254	0,771
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
26.4 Baseert mening op derden	Pearson Correlation	-0,14	-0,021	-0,116	-0,05	0,081	0,055	-0,149	0,019
	Sig. (2-tailed)	0,087	0,797	0,158	0,54	0,325	0,506	0,069	0,82
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
26.5 Baseert mening op classificatiesystemen	Pearson Correlation	0,021	0,01	0,002	-0,01	-0,008	0	-0,067	0,037
	Sig. (2-tailed)	0,8	0,907	0,978	0,903	0,919	1	0,413	0,655
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
27 Geeft actieve opvoeding over mediagebruik	Pearson Correlation	-0,042	-0,027	-0,022	-0,09	-0,1	-0,086	-0,064	-0,066
	Sig. (2-tailed)	0,607	0,747	0,787	0,274	0,222	0,293	0,437	0,425
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
28 Kijkt mee met kinderprogramma	Pearson Correlation	-0,105	-0,152	-0,04	-0,022	0	-0,021	-0,01	0,044
	Sig. (2-tailed)	0,2	0,063	0,628	0,788	1	0,799	0,899	0,589
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
29 Meekijktijd naar kinderprogramma	Pearson Correlation	0,083	0,018	0,038	0,009	0,079	-0,022	0,008	.196*
	Sig. (2-tailed)	0,318	0,826	0,645	0,917	0,343	0,792	0,926	0,017
	N	147	147	147	147	147	147	147	147
30.1 Tijdens meekijken bezig met meekijken	Pearson Correlation	-0,037	-0,144	0,068	-0,038	0,026	0,121	-0,023	-0,006
	Sig. (2-tailed)	0,65	0,08	0,407	0,643	0,756	0,139	0,78	0,938
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations		44	45	46	47	48	49	50	51
30.2 Tijdens meekijken bezig met huishoudelijke taken	Pearson Correlation	0,134	0,145	0,146	0,067	-0,041	0,021	0,059	-0,051
	Sig. (2-tailed)	0,101	0,077	0,075	0,416	0,62	0,794	0,473	0,531
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
30.3 Tijdens meekijken bezig met eigen ontspanning	Pearson Correlation	-0,115	-0,054	-0,087	0,002	0,07	-0,154	-0,063	0
	Sig. (2-tailed)	0,162	0,51	0,288	0,982	0,393	0,06	0,443	0,996
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
30.4 Tijdens meekijken bezig met zak. werkzaamheden	Pearson Correlation	-0,044	0,01	.256**	-0,041	-0,072	0	-0,016	0,098
	Sig. (2-tailed)	0,592	0,906	0,002	0,62	0,378	1	0,848	0,231
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
31 Uitleg kinderprogramma	Pearson Correlation	-.186*	-.165*	-0,108	-0,076	-0,078	-0,087	-0,005	0,039
	Sig. (2-tailed)	0,023	0,043	0,189	0,356	0,34	0,288	0,948	0,637
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
32 Verbied bepaalde programma's	Pearson Correlation	-0,005	-0,032	-0,071	-0,068	-0,029	-0,023	-0,049	-0,052
	Sig. (2-tailed)	0,95	0,701	0,388	0,409	0,723	0,78	0,548	0,529
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
33 Consequent verbod	Pearson Correlation	-0,026	0,05	-0,056	0,05	0,037	-0,131	0,159	0,027
	Sig. (2-tailed)	0,795	0,616	0,579	0,616	0,709	0,19	0,111	0,789
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
34.1 Staat toe omdat zelf het verbod is vergeten	Pearson Correlation	-.252*	-.224*	-0,056	0,036	0,031	0,017	-0,081	0,127
	Sig. (2-tailed)	0,024	0,046	0,625	0,748	0,787	0,883	0,474	0,261
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
34.2 Staat omdat ze niet doorheeft dat u kind al kijkt	Pearson Correlation	.245*	0,209	0,04	0,111	0,034	-0,051	0,125	-0,006
	Sig. (2-tailed)	0,029	0,063	0,724	0,327	0,764	0,653	0,271	0,959
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
34.3 Staat toe om discussie te vermijden	Pearson Correlation	0,08	-0,119	0,019	-0,1	0,063	0,087	-0,171	0,013
	Sig. (2-tailed)	0,482	0,292	0,865	0,379	0,577	0,441	0,13	0,909
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
34.4 Staat toe om te gebruiken in onderhandeling	Pearson Correlation	-0,115	-0,051	-0,142	-0,028	-0,149	0,173	0,03	0,031
	Sig. (2-tailed)	0,311	0,655	0,211	0,802	0,186	0,126	0,795	0,784
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
34.5 Staat toe als tegemoetkoming	Pearson Correlation	-0,096	0,081	0,051	-0,04	-0,047	-0,128	0,074	-0,119
	Sig. (2-tailed)	0,396	0,475	0,654	0,726	0,679	0,259	0,512	0,293
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
35.1 School als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,018	-0,031	.197*	-0,022	-0,07	0,026	0,006	-0,094
	Sig. (2-tailed)	0,827	0,704	0,016	0,787	0,393	0,756	0,946	0,254
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
35.2 Overheidsinst. als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	0,104	0,097	0,029	0,077	0,14	-0,111	0,005	0,039
	Sig. (2-tailed)	0,206	0,236	0,726	0,35	0,087	0,178	0,954	0,64
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations		44	45	46	47	48	49	50	51
35.3 Partner als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,116	0,001	-.365**	0,05	0,048	0	0,041	0,061
	Sig. (2-tailed)	0,158	0,989	0	0,543	0,557	1	0,617	0,459
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
35.4 Media inst.als voornaamste mede media opvoeder	Pearson Correlation	-0,024	-0,074	0,056	-0,129	-0,118	0,102	-0,073	0,051
	Sig. (2-tailed)	0,768	0,37	0,495	0,117	0,15	0,216	0,377	0,532
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	Pearson Correlation	-0,044	-0,087	-0,125	0,078	.194*	-0,005	.156**	.388**
	Sig. (2-tailed)	0,595	0,289	0,128	0,345	0,018	0,952	0,027	0
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
37 Heeft televisie op kinderslaapkamer	Pearson Correlation	-0,085	-0,062	-0,121	0,079	0,126	0,022	.558**	0,049
	Sig. (2-tailed)	0,302	0,453	0,141	0,334	0,123	0,788	0	0,55
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	Pearson Correlation	-0,156	-0,082	-0,144	0,023	-0,021	0,05	-0,029	-0,031
	Sig. (2-tailed)	0,057	0,319	0,078	0,78	0,799	0,546	0,724	0,71
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
39 Ziet respondent als Mediawijs	Pearson Correlation	-0,16	-0,075	-0,021	-0,061	-0,004	0,039	-0,134	-0,054
	Sig. (2-tailed)	0,051	0,362	0,796	0,458	0,96	0,634	0,101	0,514
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
40 Ziet kind als Mediawijs	Pearson Correlation	-0,021	-0,051	0,006	0,031	-0,107	0,048	0,005	0,036
	Sig. (2-tailed)	0,802	0,533	0,942	0,706	0,191	0,557	0,95	0,659
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
41.1 Ziet respondent meer als Mediawijs dan kind	Pearson Correlation	.168*	0,089	.225**	0,023	-0,078	-.207*	0,088	0,033
	Sig. (2-tailed)	0,04	0,277	0,006	0,776	0,345	0,011	0,284	0,692
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
41.2 Ziet kind meer als Mediawijs dan respondent	Pearson Correlation	-.168*	-0,089	.225**	-0,023	0,078	.207*	-0,088	-0,033
	Sig. (2-tailed)	0,04	0,277	0,006	0,776	0,345	0,011	0,284	0,692
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
42 Leeftijd respondent	Pearson Correlation	-0,02	0,043	0,003	.644**	.405**	-0,039	.187*	-0,085
	Sig. (2-tailed)	0,811	0,597	0,974	0	0	0,636	0,022	0,302
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
43.1 Hoogst afgeronde opleiding is Middelbare school	Pearson Correlation	0,046	0,076	-.245**	-0,066	-0,065	0	0,01	.210**
	Sig. (2-tailed)	0,574	0,354	0,002	0,424	0,432	1	0,9	0,01
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
43.2 Hoogst afgeronde opleiding is MBO	Pearson Correlation	-0,003	-0,01	0,014	0,073	0,023	0,065	0,036	0,057
	Sig. (2-tailed)	0,974	0,9	0,861	0,372	0,781	0,43	0,661	0,492
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
43.3 Hoogst afgeronde opleiding is HBO	Pearson Correlation	0,008	-0,041	0,085	-0,062	0,051	-0,044	-0,08	-0,067
	Sig. (2-tailed)	0,925	0,62	0,302	0,451	0,534	0,593	0,331	0,414
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
43.4 Hoogst afgeronde opleiding is WO	Pearson Correlation	-0,024	0,039	-0,038	0,008	-0,074	-0,029	0,053	-0,067
	Sig. (2-tailed)	0,768	0,635	0,64	0,919	0,367	0,722	0,517	0,413
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

Correlations	44	45	46	47	48	49	50	51
44 Dienstverband respondent								
Pearson Correlation	1	.675**	.416**	0,114	0,124	-	-0,088	-0,062
Sig. (2-tailed)		0	0	0,163	0,132	0	0,283	0,454
N	150	150	150	150	150	150	150	150
45 Arbeidsuren per week respondent								
Pearson Correlation	.675**	1	.283**	.207*	.181*	-	-0,017	-.245**
Sig. (2-tailed)	0		0	0,011	0,027	0,001	0,838	0,003
N	150	150	150	150	150	150	150	150
46 Aanwezigheid partner								
Pearson Correlation	.416**	.283**	1	0	-0,005	-0,148	-0,103	-0,15
Sig. (2-tailed)	0	0		0,997	0,95	0,071	0,208	0,067
N	150	150	150	150	150	150	150	150
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar								
Pearson Correlation	0,114	.207*	0	1	.689**	-.192*	.337**	-0,074
Sig. (2-tailed)	0,163	0,011	0,997		0	0,019	0	0,368
N	150	150	150	150	150	150	150	150
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar								
Pearson Correlation	0,124	.181*	-0,005	.689**	1	-0,091	.278**	-0,067
Sig. (2-tailed)	0,132	0,027	0,95	0		0,268	0,001	0,416
N	150	150	150	150	150	150	150	150
49 Is aanwezigheid thuis na schooltijd								
Pearson Correlation	-	-	-0,148	-.192*	-0,091	1	-0,077	0,038
Sig. (2-tailed)	0	0,001	0,071	0,019	0,268		0,347	0,644
N	150	150	150	150	150	150	150	150
50 Aantal televisies in huishouden								
Pearson Correlation	-0,088	-0,017	-0,103	.337**	.278**	-0,077	1	-0,044
Sig. (2-tailed)	0,283	0,838	0,208	0	0,001	0,347		0,593
N	150	150	150	150	150	150	150	150
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent								
Pearson Correlation	-0,062	-.245**	-0,15	-0,074	-0,067	0,038	-0,044	1
Sig. (2-tailed)	0,454	0,003	0,067	0,368	0,416	0,644	0,593	
N	150	150	150	150	150	150	150	150

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

## 5.3 Output principale component factor analyse predictors

Tabel III: Factorlading predictors

Correlation	25	26.2	26.3	26.4	26.5	27	28	29
25 Op de hoogte van kinderprogramma	1,000	-,005	-,156	,063	-,055	,225	,276	,007
26.2 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner	-,005	1,000	-,199	-,020	-,035	-,136	-,088	,094
26.3 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw kind	-,156	-,199	1,000	-,283	-,505	-,166	,023	-,014
26.4 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van derden	,063	-,020	-,283	1,000	-,050	,060	-,126	,034
26.5 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van classificatiesystemen	-,055	-,035	-,505	-,050	1,000	,108	-,017	,029
27 Actieve opvoeding over mediagebruik	,225	-,136	-,166	,060	,108	1,000	,164	-,102
28 Meekijken met kinderprogramma	,276	-,088	,023	-,126	-,017	,164	1,000	,209
29 Meekijktijd kinderprogramma	,007	,094	-,014	,034	,029	-,102	,209	1,000
31 Uitleg kinderprogramma	,342	-,145	-,095	,049	-,013	,482	,577	,058
32 Verbieden van bepaalde programma's	,403	-,177	-,055	,020	-,018	,588	,284	,021
35.1 Ziet u de school als voornaamste mede media opvoeder	,107	-,078	-,057	-,010	-,018	,061	-,003	-,193
35.2 Ziet u overheidsinstanties als voornaamste mede media opvoeder	-,093	-,038	,192	-,054	-,097	-,094	-,002	,306
35.3 Ziet u uw partner als voornaamste mede media opvoeder	-,014	,179	-,108	-,050	,093	,057	,087	,012
35.4 Ziet uw media instituties als voornaamste mede media opvoeder	-,064	-,026	-,014	,159	,050	-,065	-,101	-,059
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	,126	,030	-,050	,114	-,113	-,107	,024	,526
37 Televisie op kinderslaapkamer	,058	-,092	,207	-,045	-,029	-,028	-,064	,081
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	,577	,124	-,167	,047	-,030	,496	,125	-,054
39 Mediawijsheid van toepassing op respondent	,333	,111	-,106	,006	,056	,391	,181	-,011
40 Mediawijsheid van toepassing kind	-,062	,040	-,059	,057	-,011	-,013	,030	,179
41.2 Is Mediawijsheid meer van toepassing op uw kind dan uzelf	,117	-,079	-,037	,158	,120	,051	-,018	-,152
42 Leeftijd respondent	,064	-,005	,097	-,078	-,049	-,112	,151	-,016
43.1 Is uw hoogst afgeronde opleiding Middelbare school	-,007	-,017	-,025	-,024	,133	-,069	-,008	,101
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding MBO	,122	,017	-,085	,193	-,007	-,028	,037	,020
43.3 Is uw hoogst afgeronde opleiding HBO	-,036	-,093	,055	-,133	-,084	,040	-,103	-,074
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding WO	-,113	,107	,051	-,074	,070	,011	,090	,032
44 Dienstverband respondent	-,260	,038	,040	-,197	,023	-,035	-,095	,083
45 Arbeidsuren per week respondent	-,095	,264	-,063	-,133	,019	,008	-,081	,018
46 Aanwezigheid partner	-,264	,068	-,020	-,096	,001	-,027	-,054	,038
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar	,057	,072	,094	-,057	-,008	-,082	-,001	,009
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar	,012	-,018	,039	,045	-,004	-,086	,039	,079
49 Aanwezigheid thuis na schooltijd	,074	-,001	-,044	,067	-,003	-,103	-,055	-,022
50 Aantal televisies in huishouden	,110	-,039	,101	-,106	-,069	-,065	-,007	,008
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent	,090	-,038	-,052	,046	,033	-,086	,004	,196

Correlation	31	32	35.1	35.2	35.3	35.4	36	37
25 Op de hoogte van kinderprogramma	,342	,403	,107	-,093	-,014	-,064	,126	,058
26.2 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner	-,145	-,177	-,078	-,038	,179	-,026	,030	-,092
26.3 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw kind	-,095	-,055	-,057	,192	-,108	-,014	-,050	,207
26.4 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van derden	,049	,020	-,010	-,054	-,050	,159	,114	-,045
26.5 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van classificatiesystemen	-,013	-,018	-,018	-,097	,093	,050	-,113	-,029
27 Actieve opvoeding over mediagebruik	,482	,588	,061	-,094	,057	-,065	-,107	-,028
28 Meekijken met kinderprogramma	,577	,284	-,003	-,002	,087	-,101	,024	-,064
29 Meekijktijd kinderprogramma	,058	,021	-,193	,306	,012	-,059	,526	,081
31 Uitleg kinderprogramma	1,000	,460	,033	-,023	-,013	-,016	,067	-,083
32 Verbieden van bepaalde programma's	,460	1,000	,103	-,086	,036	-,129	-,080	,096
35.1 Ziet u de school als voornaamste mede media opvoeder	,033	,103	1,000	-,603	-,554	-,416	-,017	,053
35.2 Ziet u overheidsinstanties als voornaamste mede media opvoeder	-,023	-,086	-,603	1,000	-,097	-,073	,056	-,064
35.3 Ziet u uw partner als voornaamste mede media opvoeder	-,013	,036	-,554	-,097	1,000	-,067	-,056	,022
35.4 Ziet uw media instituties als voornaamste mede media opvoeder	-,016	-,129	-,416	-,073	-,067	1,000	,029	-,044
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	,067	-,080	-,017	,056	-,056	,029	1,000	,126
37 Televisie op kinderslaapkamer	-,083	,096	,053	-,064	,022	-,044	,126	1,000
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	,286	,335	,099	-,194	,046	,014	,026	-,080
39 Mediawijsheid van toepassing op respondent	,247	,269	,069	-,114	,011	,008	,016	-,047
40 Mediawijsheid van toepassing kind	-,021	-,058	-,108	,110	,101	-,069	,116	-,083
41.2 Is Mediawijsheid meer van toepassing op uw kind dan uzelf	,125	,003	-,164	-,019	,174	,125	-,053	,014
42 Leeftijd respondent	-,050	-,021	-,014	,026	,067	-,094	,061	,000
43.1 Is uw hoogst afgeronde opleiding Middelbare school	,018	-,009	-,153	,281	-,043	-,032	-,032	-,014
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding MBO	,108	-,051	,005	-,047	,043	,000	,057	,000
43.3 Is uw hoogst afgeronde opleiding HBO	-,129	,135	,160	-,116	-,135	,019	-,035	,037
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding WO	,018	-,106	-,159	,107	,137	-,012	-,017	-,043
44 Dienstverband respondent	-,181	,005	,020	,106	-,127	-,023	-,054	-,080
45 Arbeidsuren per week respondent	-,135	,014	-,051	,112	,012	-,070	-,137	-,040
46 Aanwezigheid partner	-,115	-,079	,176	,028	-,342	,056	-,120	-,126
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar	-,068	-,058	-,027	,080	,055	-,128	,087	,087
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar	-,063	-,009	-,068	,145	,038	-,116	,184	,139
49 Aanwezigheid thuis na schooltijd	-,105	-,041	,006	-,117	,037	,102	-,025	,014
50 Aantal televisies in huishouden	-,004	-,050	,000	,005	,052	-,074	,094	,576
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent	,021	-,077	-,077	,034	,043	,049	,419	,038



Correlation	38	39	40	41.2	42	43.1	43.2	43.3
25 Op de hoogte van kinderprogramma	,577	,333	-,062	,117	,064	-,007	,122	-,036
26.2 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner	,124	,111	,040	-,079	-,005	-,017	,017	-,093
26.3 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw kind	-,167	-,106	-,059	-,037	,097	-,025	-,085	,055
26.4 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van derden	,047	,006	,057	,158	-,078	-,024	,193	-,133
26.5 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van classificatiesystemen	-,030	,056	-,011	,120	-,049	,133	-,007	-,084
27 Actieve opvoeding over mediagebruik	,496	,391	-,013	,051	-,112	-,069	-,028	,040
28 Meekijken met kinderprogramma	,125	,181	,030	-,018	,151	-,008	,037	-,103
29 Meekijktijd kinderprogramma	-,054	-,011	,179	-,152	-,016	,101	,020	-,074
31 Uitleg kinderprogramma	,286	,247	-,021	,125	-,050	,018	,108	-,129
32 Verbieden van bepaalde programma's	,335	,269	-,058	,003	-,021	-,009	-,051	,135
35.1 Ziet u de school als voornaamste mede media opvoeder	,099	,069	-,108	-,164	-,014	-,153	,005	,160
35.2 Ziet u overheidsinstanties als voornaamste mede media opvoeder	-,194	-,114	,110	-,019	,026	,281	-,047	-,116
35.3 Ziet u uw partner als voornaamste mede media opvoeder	,046	,011	,101	,174	,067	-,043	,043	-,135
35.4 Ziet uw media instituties als voornaamste mede media opvoeder	,014	,008	-,069	,125	-,094	-,032	,000	,019
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	,026	,016	,116	-,053	,061	-,032	,057	-,035
37 Televisie op kinderslaapkamer	-,080	-,047	-,083	,014	,000	-,014	,000	,037
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	1,000	,633	-,001	,100	,044	-,107	,076	-,033
39 Mediawijsheid van toepassing op respondent	,633	1,000	,071	,184	-,018	-,082	,082	-,046
40 Mediawijsheid van toepassing kind	-,001	,071	1,000	-,037	,112	,049	,076	-,173
41.2 Is Mediawijsheid meer van toepassing op uw kind dan uzelf	,100	,184	-,037	1,000	,053	,006	,068	-,025
42 Leeftijd respondent	,044	-,018	,112	,053	1,000	-,083	,042	-,016
43.1 Is uw hoogst afgeronde opleiding Middelbare school	-,107	-,082	,049	,006	-,083	1,000	-,125	-,115
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding MBO	,076	,082	,076	,068	,042	-,125	1,000	-,689
43.3 Is uw hoogst afgeronde opleiding HBO	-,033	-,046	-,173	-,025	-,016	-,115	-,689	1,000
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding WO	-,017	-,017	,108	-,060	-,003	-,064	-,383	-,352
44 Dienstverband respondent	-,156	-,160	-,018	-,176	-,017	,047	-,006	,009
45 Arbeidsuren per week respondent	-,066	-,079	-,023	-,112	,055	,084	-,010	-,056
46 Aanwezigheid partner	-,140	-,021	,016	-,217	-,004	-,249	,027	,076
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar	,021	-,062	,028	-,018	,648	-,065	,065	-,056
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar	-,018	-,005	-,103	,069	,414	-,063	,017	,053
49 Aanwezigheid thuis na schooltijd	,072	,041	,079	,208	-,042	-,002	,103	-,077
50 Aantal televisies in huishouden	-,047	-,138	-,019	-,063	,183	,011	,014	-,060
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent	-,040	-,054	,023	-,035	-,087	,211	,058	-,063

Correlation	43.4	44	45	46	47	48	49	50	51
25 Op de hoogte van kinderprogramma	-,113	-,260	-,095	-,264	,057	,012	,074	,110	,090
26.2 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw partner	,107	,038	,264	,068	,072	-,018	-,001	-,039	-,038
26.3 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van uw kind	,051	,040	-,063	-,020	,094	,039	-,044	,101	-,052
26.4 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van derden	-,074	-,197	-,133	-,096	-,057	,045	,067	-,106	,046
26.5 Baseert u uw mening hoofdzakelijk op de mening van classificatiesystemen	,070	,023	,019	,001	-,008	-,004	-,003	-,069	,033
27 Actieve opvoeding over mediagebruik	,011	-,035	,008	-,027	-,082	-,086	-,103	-,065	-,086
28 Meekijken met kinderprogramma	,090	-,095	-,081	-,054	-,001	,039	-,055	-,007	,004
29 Meekijktijd kinderprogramma	,032	,083	,018	,038	,009	,079	-,022	,008	,196
31 Uitleg kinderprogramma	,018	-,181	-,135	-,115	-,068	-,063	-,105	-,004	,021
32 Verbieden van bepaalde programma's	-,106	,005	,014	-,079	-,058	-,009	-,041	-,050	-,077
35.1 Ziet u de school als voornaamste mede media opvoeder	-,159	,020	-,051	,176	-,027	-,068	,006	,000	-,077
35.2 Ziet u overheidsinstanties als voornaamste mede media opvoeder	,107	,106	,112	,028	,080	,145	-,117	,005	,034
35.3 Ziet u uw partner als voornaamste mede media opvoeder	,137	-,127	,012	-,342	,055	,038	,037	,052	,043
35.4 Ziet uw media instituties als voornaamste mede media opvoeder	-,012	-,023	-,070	,056	-,128	-,116	,102	-,074	,049
36 Minuten gebruik televisie per dag kind	-,017	-,054	-,137	-,120	,087	,184	-,025	,094	,419
37 Televisie op kinderslaapkamer	-,043	-,080	-,040	-,126	,087	,139	,014	,576	,038
38 Bekendheid met term Mediawijsheid	-,017	-,156	-,066	-,140	,021	-,018	,072	-,047	-,040
39 Mediawijsheid van toepassing op respondent	-,017	-,160	-,079	-,021	-,062	-,005	,041	-,138	-,054
40 Mediawijsheid van toepassing kind	,108	-,018	-,023	,016	,028	-,103	,079	-,019	,023
41.2 Is Mediawijsheid meer van toepassing op uw kind dan uzelf	-,060	-,176	-,112	-,217	-,018	,069	,208	-,063	-,035
42 Leeftijd respondent	-,003	-,017	,055	-,004	,648	,414	-,042	,183	-,087
43.1 Is uw hoogst afgeronde opleiding Middelbare school	-,064	,047	,084	-,249	-,065	-,063	-,002	,011	,211
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding MBO	-,383	-,006	-,010	,027	,065	,017	,103	,014	,058
43.3 Is uw hoogst afgeronde opleiding HBO	-,352	,009	-,056	,076	-,056	,053	-,077	-,060	-,063
43.2 Is uw hoogst afgeronde opleiding WO	1,000	-,021	,055	-,041	,012	-,069	-,035	,055	-,076
44 Dienstverband respondent	-,021	1,000	,692	,423	,113	,120	-,331	-,091	-,058
45 Arbeidsuren per week respondent	,055	,692	1,000	,278	,200	,167	-,290	-,018	-,211
46 Aanwezigheid partner	-,041	,423	,278	1,000	-,005	-,003	-,173	-,113	-,135
47 Aantal kinderen in huishouden <18 jaar	,012	,113	,200	-,005	1,000	,690	-,184	,328	-,061
48 Aantal kinderen in huishouden 4-12 jaar	-,069	,120	,167	-,003	,690	1,000	-,086	,284	-,058
49 Aanwezigheid thuis na schooltijd	-,035	-,331	-,290	-,173	-,184	-,086	1,000	-,044	,043
50 Aantal televisies in huishouden	,055	-,091	-,018	-,113	,328	,284	-,044	1,000	-,034
51 Minuten gebruik televisie per dag respondent	-,076	-,058	-,211	-,135	-,061	-,058	,043	-,034	1,000