

Ouderlijke begeleiding bij het kijken van televisie door kinderen

Een analyse van eerdere studies naar mediaopvoeding van televisiegebruik door kinderen en een verkennend onderzoek naar de mening van experts hierover

Naam student: Dionne Heinrici
Nummer student: 331515
Supervisor: Prof. dr. Peter Nikken

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

Master Thesis, definitieve versie
Inleverdatum 24-08-2014

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Introductie	3
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	5
2.1 Televisiegebruik.....	5
2.2 Media effecten	6
2.3 Mediaopvoeding	9
2.4 Vormen van mediaopvoeding	10
2.5 Kenmerken die samenhangen met mediaopvoeding	11
2.6 Probleemstelling en onderzoeksdoelen.....	12
Hoofdstuk 3 Methode	15
3.1 Operationalisering.....	15
3.2 Literatuuronderzoek.....	16
3.2.1 Wat is een literatuuronderzoek?	16
3.2.2 De data.....	18
3.2.3 Het codeerschema	20
3.2.4 Dataverwerking.....	26
3.3 Het interview.....	28
3.3.1 Soorten interviews.....	28
3.3.2 Interviewvragen	28
3.3.3 Respondenten.....	31
3.3.4 Transcripties.....	32
3.3.5 Dataverwerking.....	33
3.3.6 Controle kwalitatieve interpretaties.....	35
Hoofdstuk 4 Resultaten	37
4.1 Resultaten geanalyseerde artikelen	37
4.1.1. Mediaopvoeding in het algemeen.....	37
4.1.2. Onderzoeksonderwerp en eigenschappen van de respondenten.....	44
4.1.3. Methodologie van de onderzoeken.....	52
4.1.4 Uitkomsten van de onderzoeken.....	64
4.2 Resultaten interviews.....	68
4.2.1. Mediaopvoeding.....	68
4.2.2. Eerdere onderzoeken.....	74

4.2.3. Methodologie en ruimte voor onderzoek	77
4.2.4. Beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding	82
4.2.5 Opvallende aspecten	83
Hoofdstuk 5 Conclusie en discussie.....	87
5.1 Conclusie	87
5.2 Beperkingen van de studie.....	90
5.3 Toekomstig onderzoek	92
Literatuurlijst	95
Appendix A: Het codeerschema	111
Appendix B: De interviewvragen	113
Appendix C: Definities mediaopvoeding uit de literatuur	114
Appendix D: De onderzoeksonderwerpen van de artikelen	116

Hoofdstuk 1 Introductie

De tijd dat kinderen in hun vrije tijd alleen met speelgoed speelden of buiten spelletjes gingen doen, is al lang voorbij. De ontwikkelingen van technologieën als computers, televisie en spelcomputers zorgden ervoor dat kinderen zich ook op andere manieren kunnen vermaken. Inmiddels zijn deze technologieën niet meer weg te denken uit hun leven. Overal komen kinderen ermee in aanraking, de hele dag door. De dagbesteding van kinderen ziet er anders uit door al deze media (Montgomery, 2000, pp. 147-148). Dit brengt vragen met zich mee, zoals wat de effecten van media zijn op kinderen en wat de rol van ouders bij het mediagebruik is. Hier is de laatste jaren dan ook veel onderzoek naar gedaan. Veel wetenschappers hebben onderzocht op welke manieren ouders hun kind kunnen begeleiden bij mediagebruik. Dit blijkt onder meer uit het werk van Mendoza (2009), waarin deze onderzoeken worden besproken en vergeleken met elkaar. Uit deze vergelijking blijkt dat deze onderzoeken zich richten op een specifiek medium en verschillende uitkomsten hebben doordat er bijvoorbeeld verschillende populaties zijn onderzocht en verschillende onderzoeksmethodes zijn gehanteerd (Mendoza, 2009, p. 30).

Mijn thesis richt zich op het in kaart brengen van de resultaten van voormalige onderzoeken en op de manieren waarop deze onderzoeken zijn uitgevoerd. Door dit in kaart te brengen, krijgt de wetenschap een totaalbeeld van wat al is onderzocht, hoe het is onderzocht, wat de meest voorkomende uitkomsten zijn en waar bepaalde gaten in onderzoeken en resultaten zitten.

Dat hier vraag naar is vanuit de wetenschap en samenleving, en dat ouderlijke begeleiding bij mediagebruik van hun kind nog ontzettend actueel is, blijkt onder meer uit een zeer recent gepubliceerd artikel in het *Medisch Contact* (Landsmeer, L'Hoir, Schoenmakers, & Pillen, 2014). Want ondanks de vele onderzoeken die reeds zijn gedaan, is de conclusie van dit artikel dat nog steeds heel veel ouders niet goed weten hoe ze hun kind het best kunnen begeleiden bij mediagebruik. Volgens de auteurs van het artikel heeft dit twee oorzaken. Enerzijds zijn veel ouders zich niet bewust van de nadelige effecten die media kunnen hebben. En als ze zich er wel bewust van zijn, is het vaak moeilijk voor ze om goede adviezen te vinden. Anderzijds zijn er veel professionals werkzaam in de pedagogiek en gezondheidszorg die niet voldoende op de hoogte zijn van de risico's van media en ook niet goed weten hoe ouders kunnen en moeten ingrijpen bij het mediagebruik van hun kind. Een

andere oorzaak voor de onwetendheid van ouders over een juiste mediaopvoeding heeft te maken met het medialandschap van tegenwoordig. Voor sommige ouders zijn de nieuwe media onbekend. Ze weten zelf niet altijd hoe een bepaald medium precies werkt, laat staan dat ze hun kind er goed in kunnen begeleiden (Nikken, 2013).

Om ouders en wetenschap te helpen met meer inzicht te krijgen in mediaopvoeding, is in deze thesis via een literatuuronderzoek in kaart gebracht wat al is onderzocht, hoe deze onderzoeken zijn uitgevoerd en wat nu al wel en niet bekend is over mediaopvoeding en televisie. Om hier nieuwe data en inzichten aan toe te voegen, is een aantal interviews afgenomen met professionals uit het vakgebied. De drieledige onderzoeksvraag hierbij ziet er als volgt uit:

Wat is op basis van eerdere onderzoeken bekend over ouderlijke begeleiding bij het kijken van televisie door kinderen, op welke wijze zijn deze eerdere onderzoeken uitgevoerd en hoe denken experts tegenwoordig over mediaopvoeding?

Aan de hand van de theorie zoals omschreven in hoofdstuk 2 en aan de hand van de methodologische onderbouwing zoals omschreven in hoofdstuk 3 wordt de formulering van de onderzoeksvraag verantwoord en inzichtelijker gemaakt. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Dit zijn de resultaten van zowel de literatuurstudie als de interviews. Er worden ook al enkele verbanden gelegd tussen de resultaten onderling en de theorie. De eindconclusies komen pas in hoofdstuk 5 aan bod. Daar staat concreet uitgelegd en beargumenteerd wat de resultaten inhouden en zeggen over het onderzoeksonderwerp. De uitkomsten worden gekoppeld aan de theorie die is omschreven in het tweede hoofdstuk. Hoofdstuk 5 wordt afgesloten met eventuele suggesties voor verder onderzoek. Waar lagen beperkingen in het eigen onderzoek? Waar moet vervolgonderzoek zich op gaan richten?

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

Zoals al kort in de introductie is vermeld, spelen media een steeds grotere rol in het leven van kinderen. Veel gezinnen hebben wel een of meer televisies, computers, telefoons en tablets in huis (Mijn Kind Online, 2013, pp. 12-13). Deze toename van mediagebruik gaat gepaard met een toename van media-inhoud, zoals onder meer de studie van Nikken uit 2003 laat zien. In 1989 werd op een gemiddelde dag drie uur aan kinderprogramma's uitgezonden. Twaalf jaar later is dit aantal explosief gestegen naar gemiddeld veertig uur per dag. Er is voor kinderen dus steeds meer uit media te halen. Op jonge leeftijd valt het gebruik nog mee, maar naarmate kinderen ouder worden, wordt ook het mediagebruik intensiever. Zo krijgen ze op latere leeftijd vaak een televisie op de kamer en volgens Brits onderzoek uit 2011 zijn 92% van de kinderen in het bezit van een eigen spelcomputer (Nikken, 2012, pp. 5-6). Deze sterke aanwezigheid van media in huis vraagt om een andere opvoeding waarin meer aandacht komt voor media.

Om tot een goed begrip van de onderzoeksvraag te komen en om deze te beantwoorden, worden in dit hoofdstuk gerelateerde begrippen uitgelegd en wordt gekeken naar eerder onderzoek met betrekking tot het onderzoeksonderwerp. De eerste twee paragrafen gaan echter in op televisiegebruik van kinderen en de effecten van media. Deze vormen namelijk de achtergrond van het onderzoek naar mediaopvoeding.

2.1 Televisiegebruik

Ouders kunnen begeleiding bij media op verschillende manieren uitvoeren, afhankelijk van welk apparaat het kind gebruikt. Denk maar eens aan het verschil tussen televisie en een spelcomputer wat een kind in de hand kan houden. Bij televisie is het scherm groter en zien ouders sneller waar het kind mee bezig is. Elk medium wordt op een andere manier gebruikt en zit anders in elkaar. Door deze verschillende werking kan worden aangenomen dat ouderlijke begeleiding per medium kan verschillen. Voor een gericht beeld over ouderlijke begeleiding is het dan ook beter om de media los van elkaar te zien (Livingstone & Helsper, 2008, p. 583). Daarom is besloten om voor deze thesis slechts één medium te onderzoeken, namelijk televisie.

Er is bewust gekozen voor het medium televisie. Inmiddels wordt ook veel onderzoek gedaan naar bijvoorbeeld (spel)computers en sociale media. Zo bespreken Boyd en Ellison (2008) een aantal van deze studies naar sociale media. De auteurs zijn zich ervan bewust dat

onderzoek hiernaar zich nog beperkt doordat het vrij recente ontwikkelingen zijn. Televisie daarentegen wordt al decennialang bestudeerd, waardoor veel onderzoeken hierover beschikbaar zijn om te analyseren en te vergelijken met elkaar. Bovendien heeft onderzoek uitgewezen dat televisie in 2009 nog het meest gebruikte medium onder kinderen en jongeren was (Rideout, Foehr, & Roberts 2009, p. 2). Zo werd gemiddeld 4,3 uur per dag besteed aan televisie, gevolgd door 2,3 uur aan radio, 1,3 uur aan computer, 1,1 uur aan computerspellen, 0,4 uur aan geprinte media en 0,3 uur aan films. In 2004 was het aantal uren dat aan televisie werd besteed nog 3,5 uur. Ook de andere media kennen een groei in die periode, wat aantoont dat kinderen steeds meer gebruik maken van diverse soorten media. Het zijn veel uren per dag, maar soms is het ook een combinatie van meerdere media. Zo kan het zijn dat kinderen achter een computer zitten en ondertussen de radio op de achtergrond aan hebben staan. De cijfers tonen aan dat televisie een paar jaar geleden nog het meest gebruikte medium was, waardoor het relevant is om juist dit medium te onderzoeken.

De relevantie van een onderzoek naar ouderlijke begeleiding bij televisie zit ook nog in een ander aspect. Het artikel van Landsmeer et al. uit 2014 heeft aangetoond dat veel driejarigen geregeld televisie, video's en dvd's kijken: ongeveer 60% kijkt elke dag wel naar televisie en de kijktijd is bij ruim 80% meer dan dertig minuten per dag. En ongeveer 1 op de 10 peuters had in 2008 een televisie in de slaapkamer staan. Bijna een kwart hiervan mocht zelf bepalen naar welk programma hij of zij wilde kijken. Deze cijfers laten zien dat relatief veel kinderen vrij toegang hebben tot televisie en hierdoor wellicht in aanraking komen met inhoud en beelden die niet geschikt voor ze zijn (Landsmeer et al., 2014, p. 1038). Als ouders zich meer bewust worden van de gevaren en voordelen die in mediagebruik schuilen, zullen ze waarschijnlijk ook sneller willen ingrijpen. Meer informatie over deze gevaren en voordelen van media volgt in de volgende paragraaf.

2.2 Media effecten

Het belang van mediaopvoeding hangt nauw samen met media effecten. Vandaar dat deze eerst worden uitgelegd. Nadruk zal hierbij liggen op de effecten van televisie, aangezien dit medium centraal staat in deze thesis. Voor de eerste onderzoeken naar de effecten van televisie moet een sprong in de tijd worden gemaakt. De ontwikkeling van televisie zorgde ervoor dat de Payne Fund in de Verenigde Staten in de jaren '20 en '30 van de twintigste

eeuw onderzoek ging doen naar de effecten die bewegende beelden zouden hebben op kinderen. Meerdere wetenschappers werkten samen om onderzoek te doen naar dit medium wat in korte tijd was uitgegroeid tot populair middel van vermaak. Het onderzoek van Payne Fund liet nog veel vragen open, maar wees wel uit dat zowel volwassenen als kinderen leren van bewegende beelden, dat ze deze beelden vaak voor lange tijd onthouden en dat het invloed heeft op hun manier van leven (McDonald, 2004, p. 186).

Een van de eerste grootschalige onderzoeken naar media effecten dateert uit 1958 van Himmelweit, Oppenheim & Vince: *Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young*. Uit het onderzoek onder kinderen uit het Verenigd koninkrijk is onder meer gebleken dat kinderen die televisie kijken een andere kijk op de wereld hebben dan kinderen die geen televisie kijken. Ook is gebleken dat de televisie vaak de hele avond aan staat en dat ouders het medium gebruiken als beloning of straf. De mate van begeleiding is beperkt: ouders kijken vaak mee omdat ze het zelf ook leuk vinden (Himmelweit et al., 1958, pp. 11-26).

De Canadees Marshall McLuhan publiceerde in 1964 zijn theorie 'het medium is de boodschap', waarmee hij wereldwijd bekendheid verwierf. In een tijd waarin televisie, radio en computer nog uit moesten groeien tot massamedia, had hij al waargenomen dat een medium ervoor kan zorgen dat mensen anders gaan denken over een bepaald onderwerp. Media hebben bepaalde sociale en psychologische effecten tot gevolg. Die effecten staan geheel los van de inhoud van een bepaald programma of een bepaalde film. Volgens McLuhan zijn het juist deze effecten die de boodschap van een medium zijn en niet hetgeen dat uitgezonden wordt (Greenfield, 1986, p. 14).

In de tweede helft van de twintigste eeuw ontwikkelden verschillende media zich in een razend tempo en werd ook steeds meer onderzoek gedaan naar de specifieke effecten hiervan. De effecten van media zijn zowel positief of negatief en kunnen verschillen per medium. Auteur Bromley Kniveton (1974, p. 233) schaaft de effecten van televisie onder drie categorieën. Als eerste kunnen kinderen leren van programma's en films op televisie. Ten tweede kan veel gebruik van televisie ertoe leiden dat kinderen bepaald gedrag overnemen van personages die ze veel voorbij zien komen op het scherm. Onder de derde categorie vallen volgens Kniveton kinderen die gewelddadig gedrag gaan vertonen na langdurig confrontatie met gewelddadige beelden op televisie. Deze drie effecten hangen wel nauw

met elkaar samen. Het kan ook zijn dat een kind onder meerder dan één van deze effectgroepen valt.

Een recenter boek naar de effecten van televisie is afkomstig uit 2008, van Patti Valkenburg. Zij maakt een onderscheid tussen fysieke, cognitieve en emotionele en sociale effecten van interactieve media. Langdurig en veelvoudig gebruik van televisie (en computer) kan leiden tot epileptische aanvallen. Vooral kinderen die gevoelig zijn voor flikkerende beelden hebben hier grote kans op. Cognitieve effecten hebben betrekking op de ontwikkeling van kennis en begrip. Voor kinderen zijn er voldoende educatieve programma's die ze aanzet tot nadenken. Valkenburg schaaft veel effecten onder emotionele en sociale gevolgen van media. Zoals al eerder is vermeld, spenderen kinderen veel tijd aan media. Dit kan ervoor zorgen dat andere zaken eronder gaan lijden, zoals huiswerk, sporten en slapen. Gebruik van media kan mensen samenbrengen, maar ook uit elkaar drijven. Televisie kijken kan in groepsverband, maar een kind kan zichzelf ook isoleren door in zijn eentje helemaal in de wereld van televisie op te gaan. Dan zijn er ook nog beelden waarmee kinderen in aanraking komen die eigenlijk niet goed voor ze zijn. Zo kunnen kinderen door televisie al op jonge leeftijd in aanraking komen met bijvoorbeeld geweld. Veel kijken naar deze gewelddadige beelden kan tot gevolg hebben dat ze zelf agressiever worden.

In bovenstaande tekst worden zowel positieve als negatieve effecten genoemd, waarbij de negatieve voornamelijk overheersen. Wat niet vergeten mag worden, is dat media ook de ontwikkeling van een kind positief kunnen beïnvloeden (Nikken, Bontje, Abell, & Verweij, 2013). Educatieve programma's kunnen kleuters helpen bij het leren van taal. Bepaalde televisieprogramma's kunnen kinderen uitdagen om mee te bewegen, dansen of zingen, wat de motorische ontwikkeling ten goede komt. Dan is er nog de inhoud van de programma's zelf. Die kunnen kinderen leren en informeren over bepaalde zaken. Het kan ook zo zijn dat er bepaalde waarden en gedragingen in een programma naar boven komen waar kinderen van kunnen leren. Dat kan de sociaal-emotionele ontwikkeling bevorderen. Dit kan op nog een manier gebeuren, namelijk door de omgang met televisie zelf. In huishoudens met meerdere kinderen leren kinderen te delen, of ze leren dat ze niet altijd gelijk een programma kunnen kijken als ze willen.

Hierboven staan slechts enkele voorbeelden vermeld van alle effecten die media kunnen hebben. Het is niet de kern van dit onderzoek om al deze effecten uit te lichten. Maar bovenstaande laat wel zien dat televisie gevolgen kan hebben voor kinderen. Het

ingrijpen van ouders bij het televisie kijken door kinderen kan enerzijds de negatieve invloeden beperken en anderzijds de positieve effecten versterken. En dat is waar mediaopvoeding om de hoek komt kijken.

2.3 Mediaopvoeding

Ouderlijke begeleiding bij het mediagebruik door een kind, zoals geformuleerd in de onderzoeksvraag, heet ook wel mediaopvoeding (parental mediation in de Engelstalige literatuur). Het is een begrip dat op verschillende manieren uitgelegd kan worden. Dit is onder meer onderzocht in de literatuurstudie van deze thesis. Er is gekeken naar de definities van mediaopvoeding die auteurs geven en de verschillende manieren waarop ouders dit kunnen uitoefenen. Om toch alvast een beeld te krijgen van wat mediaopvoeding is, wordt dat in dit hoofdstuk uitgelegd aan de hand van de verzamelwerken van Schofield (2011), Mendoza (2009) en Buerkel-Rothfuss en Buerkel (2001). Zij bespreken mediaopvoeding aan de hand van onderzoeken van verschillende auteurs. Voor het eigen onderzoek van deze thesis zijn ook eerdere onderzoeken in kaart gebracht, wel met een diepgaandere analyse. Maar de verzamelwerken geven wel een beeld van mediaopvoeding. Zo omschrijft Schofield het als volgt:

“Parental mediation theory posits that parents utilize different interpersonal communication strategies in their attempts to mediate and mitigate the negative effects of the media in their children's lives.” (Schofield, 2011, p. 325).

Mendoza geeft ook een definitie van mediaopvoeding. Deze definitie is geformuleerd door een andere auteur, maar dekt volgens haar wel het begrip mediaopvoeding:

“Parental mediation is any strategy parents use to control, supervise, or interpret [media] content for children and adolescents.” (Warren, 2001, p. 212).

Mediaopvoeding is dus een manier om in te grijpen in het mediagebruik van hun kinderen om de negatieve effecten ervan tegen te gaan en om ze te helpen met het begrijpen van de inhoud van media. Volgens Mendoza (2009) is het zelfs “one of the most effective ways in managing television’s influence on children” (Mendoza, 2009, p. 30). Ondanks dit grote

belang van mediaopvoeding en het vele onderzoek dat er naar is gedaan, constateert Mendoza dat er veel verschillende definities van mediaopvoeding zijn. Er is ook een verdeeldheid in de vormen en benamingen van mediaopvoeding en de manier waarop hier onderzoek naar is gedaan (Mendoza, 2009, p. 30). Naar deze vormen en benamingen van mediaopvoeding en gehanteerde methodologie van eerdere onderzoeken wordt onder meer onderzoek gedaan in de literatuurstudie. Om toch alvast een begrip te krijgen van wat het is, volgen hieronder de vormen van mediaopvoeding die in de verzamelwerken staan.

2.4 Vormen van mediaopvoeding

In haar werk *Surveying Parental Mediation: Connections, Challenges and Questions for Media Literacy* (2009) bespreekt Kelly Mendoza meerdere auteurs en de manieren van mediaopvoeding die er volgens haar zijn. Volgens Mendoza kwamen Bybee, Robinson en Turow in 1982 als eersten met drie manieren voor ouderlijke begeleiding bij mediagebruik, namelijk restrictieve, evaluatieve en ongerichte mediatie. Restrictieve mediatie heeft betrekking op de mate waarin ouders regels hebben voor kinderen, zoals het aantal uren dat bijvoorbeeld televisie gekeken mag worden of het verbieden van bepaalde programma's. Bij evaluatieve mediatie wordt gekeken naar de betekenis die ouders geven aan een televisieprogramma. Hierbij kan gedacht worden aan discussie over een onderwerp of personage, het bespreken van goede en slechte dingen die op het beeldscherm voorbij komen en hier vragen over stellen. Ongelijke mediatie gaat over de interactie op het moment dat de media gebruikt wordt. Kijken ouders mee? Praten ze met het kind tijdens het televisieprogramma? (Mendoza, 2009, pp. 30-31).

Auteur Lynn Schofield Clark sluit zich in grote lijn aan bij deze indeling, alleen kiest ze voor andere benamingen in haar werk *Parental Mediation Theory for the Digital Age* (2011). Ze spreekt over actief in plaats van evaluatief. En meekijken is gelijk aan ongerichte mediatie. Schofield concludeert dat de algemene trend van de onderzoeken is dat actieve mediatie ervoor kan zorgen dat de negatieve invloeden van media beperkt worden. Restrictieve mediatie kan ook de negatieve effecten verminderen, mits de regels die de ouders opstellen niet te streng of juist te soepel zijn (Schofield, 2011, pp. 326-327).

Buerkel-Rothfuss en Buerkel spreken ook van restrictieve mediatie, actieve mediatie en meekijken. Bij actieve mediatie wordt echter nog een onderscheid gemaakt tussen strategisch en niet-strategisch. Bij de laatste geven ouders vooral algemeen commentaar op

media, televisie en het dagelijks leven. Bij strategische actieve mediatie is dit commentaar specifiek gericht op de inhoud van bepaalde televisieprogramma's en staan het echte leven en familiewaarden meer centraal (Buerkel-Rothfuss & Buerkel, 2001, pp. 360-366).

Deze drie vormen van mediaopvoeding worden dus wel gezien als dé vormen die er zijn. De eigen literatuurstudie heeft dit verder onderzocht. Welke benamingen en vormen van mediaopvoeding komen allemaal naar boven in eerdere onderzoeken? Waar is het meest onderzoek naar gedaan?

2.5 Kenmerken die samenhangen met mediaopvoeding

Elke ouder heeft een andere manier van (media)opvoeden van het kind, afhankelijk van omstandigheden in het gezin en hoe ouders zelf over media denken. Meerdere studies hebben gekeken naar kenmerken van een gezin die bepalend zijn voor de manier van uitoefenen van mediaopvoeding. Volgens Buerkel-Rothfuss en Buerkel (2001, pp. 369-370) zijn deze kenmerken in vier groepen te verdelen. Er zijn familievariabelen, zoals aantal kinderen in een gezin, economische status en manieren van communicatie tussen de gezinsleden. Contextuele variabelen hebben betrekking op onder meer het aantal televisies in huis, kabeltelevisie en beschikbaarheid tot andere apparatuur. Onder de groep kindvariabelen vallen alle variabelen die iets zeggen over de eigenschappen van het kind, zoals geslacht, leeftijd, intelligentie en beeld over televisie. Dan blijft er nog één soort variabelen over, namelijk die betrekking hebben op de televisie zelf. Hierbij kan gedacht worden aan type programma en voor welke leeftijden het geschikt is.

De literatuurstudie van Schofield toont aan dat moeders, hoger opgeleiden en ouders van jongere kinderen actiever zijn in mediaopvoeding vergeleken met vaders, lager opgeleiden en ouders van oudere kinderen. Toch zijn er veel ouders die geen richtlijnen opstellen voor begeleiding van media. Dit is volgens de auteur te wijten aan het feit dat veel ouders de invloeden van media onderschatten. Mendoza en Buerkel-Rothfuss en Buerkel concluderen ook dat mediatie voornamelijk bij jonge kinderen plaats vindt en dat dit steeds minder wordt naarmate kinderen ouder worden. Er zijn ook variabelen waar de uitkomsten verschillen. Zo claimt Mendoza dat meisjes meer regels krijgen opgelegd dan jongens, terwijl Buerkel-Rothfuss en Buerkel stellen dat het vooral jongens zijn die regels opgelegd krijgen. Volgens Mendoza zijn het vooral laagopgeleide ouders die regels opleggen bij kinderen. Dit in tegenstelling tot de uitspraak van Schofield die zegt dat het toch vooral hoogopgeleide

ouders zijn die mediaopvoeding uitoefenen. Er zijn dus veel aspecten die een rol spelen bij mediaopvoeding. Uitkomsten van soortgelijke studies kunnen hierdoor onderling erg verschillen. Oorzaak kan enerzijds worden gezocht in de populatie. Zoals hierboven al staat, kunnen de resultaten van mediaopvoeding verschillen als er jonge of oudere kinderen zijn onderzocht. Anderzijds kunnen de verschillende uitkomsten te verklaren zijn door de gehanteerde methodologieën van de onderzoeken. Aanname is dat bepaalde methodes de uitkomsten van de studies kunnen beïnvloeden. Zo kan bijvoorbeeld tijdens interviews meer de diepte in worden gegaan over het onderwerp, wat weer andere resultaten oplevert. Elk type onderzoeksmethode kan een eigen doel hebben en meet andere aspecten ('t Hart, Boeije, & Hox, 2006).

De drie overzichtsartikelen die voor dit hoofdstuk zijn geraadpleegd, gaan in op de vormen van mediaopvoeding die er zijn, waar onderzoek naar is gedaan en wat de uitkomsten zijn. Er wordt niets vermeld over de methode van de onderzoeken. Op basis van de verzamelwerken wordt niet duidelijk hoe eerdere studies naar mediaopvoeding zijn uitgevoerd. Hierdoor is het overzicht incompleet. Om meer inzicht te krijgen in mediaopvoeding en om de uitkomsten van eerdere onderzoeken in een perspectief te plaatsen, is het belangrijk om meer over de methodologie te weten te komen.

Valkenburg, Piotrowski, Hermanns, en De Leeuw (2013) hebben het gat van methodologisch inzicht in onderzoek naar mediaopvoeding voor een klein deel gedicht, door het meetinstrument voor mediaopvoeding door ouders in kaart te brengen. Zo bespreken ze studies waarin verschillende enquêtes zijn afgenomen, elk met een eigen schaal en eigen items. Op basis daarvan hebben Valkenburg et al. één nieuwe schaal geconstrueerd die geschikt is voor het onderzoeken van mediaopvoeding bij zowel televisie als (spel)computers. Het artikel gaat echter niet in op de exacte uitvoering van de eerder uitgevoerde onderzoeken. Hier ligt dus nog ruimte voor onderzoek.

2.6 Probleemstelling en onderzoeksdoelen

Het belang van mediaopvoeding en het onderzoek ernaar in deze thesis hangt samen met een aantal probleempunten. De afzonderlijke paragrafen in dit hoofdstuk hebben naar de formulering van deze probleempunten geleid. Paragraaf 2.5 heeft laten zien dat er ontzettend veel verschillende invalshoeken zijn bij studies naar mediaopvoeding en dat de uitkomsten tussen deze studies aanzienlijk kunnen verschillen. En paragraaf 2.3 toont aan dat

er wel sprake is van bepaalde vormen van mediaopvoeding, maar dat de namen en nuances nog wel eens verschillen. Bij mediaopvoeding ontbreekt het dus op een aantal vlakken aan duidelijkheid. Voor ouders is het dan ook moeilijk om tot heldere, betrouwbare informatie te komen over de uitoefening van mediaopvoeding. Vooral als wordt gekeken naar het begrip mediaopvoeding zelf. Want hoewel de auteurs van de verzamelwerken een definitie geven, is de conclusie van Mendoza dat het in de literatuur ontbreekt aan één duidelijke omschrijving van mediaopvoeding.

Maar om meer te weten te komen over mediaopvoeding en de uitkomsten van eerder onderzoek, is het van belang om te weten hoe deze onderzoeken zijn uitgevoerd. Hoe zijn de resultaten tot stand gekomen? Op basis van wat voor soort studie kan een uitspraak worden gedaan? Hier is, zoals blijkt uit paragraaf 2.5, nog weinig over bekend. Daarom zal deze thesis zich onder meer richten op analyse van de methodologie van reeds uitgevoerde onderzoeken.

De bovengenoemde probleempunten vormen aanleiding om het onderzoek uit te voeren. Maar het belang van het onderzoek zit ook nog in een ander aspect. Uit de introductie is gebleken dat er vanuit de wetenschap en de samenleving vraag is naar meer informatie over mediaopvoeding, ondanks de vele onderzoeken die al zijn gedaan. Deze thesis onderzoekt de probleempunten en voorziet in de maatschappelijke behoefte.

Het onderzoek naar ouderlijke begeleiding bij televisiegebruik door kinderen gebeurt op twee manieren. Het eerste deel van het onderzoek voor deze thesis bestaat uit een literatuuronderzoek. Het oudste onderzoek dateert uit 1982, van Bybee, Robinson, en Tarrow, waarbij ouders werkzaam op het gebied van massamedia werden ondervraagd over mediaopvoeding bij hun kind. Vele studies volgden en verschijnen nog steeds nieuwe artikelen over het onderwerp. De studies tot en met 2013 zijn samengebracht in deze thesis. Aan de hand van analyses van deze eerdere onderzoeken kan worden geconcludeerd wat nu precies bekend is over mediaopvoeding sinds dat eerste onderzoek uit 1982. Het tweede deel van het onderzoek bestaat uit interviews. Door opnieuw interviews bij een groep mensen werkzaam op het gebied van massamedia af te nemen, is nieuwe primaire informatie over het onderwerp verworven en konden de bevindingen van het literatuuronderzoek worden getest.

Onderzoeksdoelen

Op basis van bovenstaande kunnen drie doelen voor het onderzoek voor deze thesis worden onderscheiden. Het eerste doel is om meer inzicht te verschaffen in het begrip mediaopvoeding. Dit gebeurt door te kijken naar hoe mediaopvoeding veelal wordt omschreven, welke vormen er zijn, wat er nu wel en niet bekend over is en of in mediaopvoeding bij televisie een ontwikkeling in is te zien over tijd. Het in kaart brengen van de gehanteerde methodologieën is het tweede doel. Het laatste doel is om de bevindingen over mediaopvoeding en methodologie te testen of aan te vullen door deze voor te leggen aan Nederlandse experts. De drie doelen vormen de kern van het onderzoek en zijn samengevat in de onderzoeksvraag:

Wat is op basis van eerdere onderzoeken bekend over ouderlijke begeleiding bij het kijken van televisie door kinderen, op welke wijze zijn deze eerdere onderzoeken uitgevoerd en hoe denken experts tegenwoordig over mediaopvoeding?

De literatuurstudie is uitgevoerd om de eerste twee doelen te behalen. Voor doel drie zijn interviews afgenomen. Bovendien zijn in deze interviews aspecten onderzocht die bijdragen aan de eerste twee doelen. Hierover wordt meer uitgelegd in het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 3 Methode

De manier waarop het onderzoek is uitgevoerd, wordt in dit hoofdstuk nader uitgelegd. Paragraaf 3.2 gaat in op het literatuuronderzoek, in de Engelstalige literatuur ook wel literature review. In paragraaf 3.3 staan de interviews centraal. Eerst worden de begrippen die centraal staan in het onderzoek uitgelegd.

3.1 Operationalisering

Om de hoofdvraag en bijbehorende drie doelen te beantwoorden, moeten de te meten begrippen eerst worden geconcretiseerd. Dit heet ook wel operationaliseren (Hox, 2005, p. 154). In bovenstaande paragraaf staan al enkele begrippen omtrent de onderzoeksvraag uitgelegd. Hieronder worden ze in een overzicht nog een keer concreet benoemd.

Mediaopvoeding

In de literatuurstudie wordt onder meer gekeken hoe eerdere onderzoeken het begrip mediaopvoeding omschrijven. Daarom is het lastig om hier nu al een definitie over te geven. Maar om toch te weten waar precies naar gekeken moet worden bij de literatuurstudie, zijn de omschrijvingen van mediaopvoeding in de verzamelwerken van Mendoza (2009), Schofield (2011) en Buerkel-Rothfuss en Buerkel (2001) geraadpleegd. Zoals uit paragraaf 2.3 blijkt, bestaat mediaopvoeding uit de handelingen van ouders bij het kijken van media door kinderen. Hiermee kunnen negatieve effecten van media worden verminderd en positieve effecten worden benut. Bovendien draagt het bij aan het begrip van de media inhoud. De handelingen van ouders hierbij kunnen verschillende vormen aannemen.

Vormen van mediaopvoeding

Het uitoefenen van mediaopvoeding kan via verschillende handelingen gebeuren. Ook dit wordt in de literatuurstudie onderzocht, waardoor het lastig is om hier nu al een concrete omschrijving over te geven. Bij het uitvoeren van de literatuurstudie wordt gelet op ouderlijke gedragingen die het televisiegebruik van kinderen controleren of beïnvloeden of die gericht zijn op het verwerken van de inhoud van een televisieprogramma. In paragraaf 2.4 zijn de meest aangenomen vormen aan de hand van drie verzamelwerken besproken, namelijk actieve mediatie, restrictieve mediatie en meekijken.

Televisie

Televisie is een lastig te omschrijven begrip in het huidige medialandschap. Er zijn tegenwoordig meerdere manieren waarop televisie gekeken kan worden. Via tablets en computers kunnen ook films en programma's worden gekeken. In de artikelen van de literatuurstudie is 'letterlijke televisie' onderzocht. Het gaat hier dus om televisie zelf en niet om televisieprogramma's die via andere technologieën worden gekeken.

Eerdere onderzoeken

Voor de literatuurstudie worden eerder uitgevoerde onderzoeken geanalyseerd. Het gaat om wetenschappelijke artikelen die zijn gepubliceerd. 'Eerder uitgevoerd' betekent dat het onderzoeken betreft die voor 1 januari 2014 zijn uitgevoerd en gepubliceerd. De geanalyseerde artikelen voldoen wel aan een aantal criteria. Deze worden verder besproken in paragraaf 3.2.2.

Experts

De experts die zijn geïnterviewd over mediaopvoeding zijn allemaal werkzaam op het gebied van media en opvoeding. Doordat de respondenten hier in hun dagelijks leven intensief mee bezig zijn, en velen ook zelf onderzoek doen of hebben gedaan naar mediaopvoeding, hebben ze voldoende kennis om mee te praten over aspecten uit de literatuurstudie en om een eigen mening over mediaopvoeding te uiten. In paragraaf 3.3.3 is meer informatie te vinden over de achtergrond van de experts.

3.2 Literatuuronderzoek

3.2.1 Wat is een literatuuronderzoek?

Een literatuuronderzoek kan als volgt worden gedefinieerd:

"A literature review is a summary of a set of related research papers. It selects information from the papers, and organizes and integrates it into a logical justification for the author's research. Literature reviews are typically written by researchers who survey previous studies in order to identify research gaps (...). Literature reviews are regularly found in books, journals and all manner of research writing, to cite, summarize and compare contemporary and significant research in a subject." (Jaidka, Khoo, & Na, 2013, pp. 303-304).

Na deze definitie sommen de auteurs een aantal doelen van een literatuuronderzoek op. Het kan worden gebruikt om inzicht te krijgen in onderzoek dat al is gedaan en waar nog ruimte voor onderzoek ligt. Het geeft de huidige stand van zaken weer en laat zien welke resultaten en opvattingen eerder zijn gepubliceerd. Een overzicht hiervan kan leiden tot nieuwe inzichten. Een literatuuronderzoek kan ook worden toegepast om te achterhalen welke methodologieën zijn gebruikt in eerder uitgevoerde onderzoeken. Een literatuuronderzoek kan dus meerdere doelen dienen. Het literatuuronderzoek die voor de thesis is uitgevoerd, richt zich dan ook op meerdere van deze doelen. Zo is gekeken naar zowel de methodologieën die zijn uitgevoerd als naar de huidige stand van zaken en waar nog ruimte ligt voor onderzoek.

Een literatuurstudie hangt nauw samen met een meta-analyse (Van Driel, 2003). Een meta-analyse wordt vaak voorafgegaan door een literatuuronderzoek. Waar een literatuuronderzoek vaak meer beschrijvend van aard blijft, gaat een meta-analyse over het algemeen dieper in op de gegevens door het uitvoeren van statistische berekeningen. Deze cijfers en herberekeningen geven een gegronde, kwantitatieve uitkomst over het onderwerp. Bij een literatuurstudie kan dit ook, zoals bij deze thesis het geval. Maar de cijfers zijn beperkt tot tabellen en grafieken. Statistische berekeningen blijven achterwege. Een literatuurstudie geeft voldoende inzicht in eerdere onderzoeken naar mediaopvoeding. Vanwege de grote omvang van de geanalyseerde artikelen en vanwege het beperkte tijdsbestek voor het uitvoeren van het onderzoek, is er voor gekozen om de uitkomsten niet te onderwerpen aan een meta-analyse.

Voor de uitvoering van het literatuuronderzoek is het werk *The Basics of Social Research* van Babbie (2008) geraadpleegd. Volgens de auteur kan de analyse van teksten grofweg in twee groepen worden verdeeld. Er wordt ofwel gekeken naar onderliggende betekenissen van een tekst (latente inhoud), ofwel naar het zichtbare, vaststaande van een tekst (manifeste inhoud). Voor de eigen studie is gekeken naar manifeste inhoud. Doel is tenslotte om te achterhalen welke vormen van mediaopvoeding er zijn en hoe het is onderzocht. Dit zijn gegevens die letterlijk in de onderzoeken staan vermeld. Het gaat niet om diepere betekenissen van de auteurs. Het meten van manifeste inhoud gebeurt aan de hand van een codeerschema (Babbie, 2008, pp. 356-358). Afhankelijk van de probleemstelling en het onderzoeksonderwerp worden vragen opgesteld die meten wat de

onderzoeker wilt weten. Een nadere uitleg van het codeerschema volgt in paragraaf 3.2.3. De paragraaf daarna gaat vervolgens in op de verwerking van de codeerschema's. Maar als eerste wordt gekeken naar welke literatuur nu precies is geanalyseerd.

3.2.2 De data

De dataset bestaat uit artikelen en boeken van auteurs die reeds onderzocht hebben hoe ouders hun kind kunnen opvoeden met televisie. Tijdens het schrijven van het onderzoeksvoorstel van de thesis waren al enkele studies gevonden die geschikt werden geacht voor het literatuuronderzoek. In deze geschikte literatuur is gekeken naar verwijzingen en literatuurlijsten voor nog meer relevante artikelen. In samenwerking met het Nederlands Jeugdinstituut (NJI) is gewerkt aan verdere dataverzameling.

Zoekmachines van universiteiten en wetenschappelijke tijdschriften, zoals *jstor*, *sciencedirect* en *sagepub*, zijn gebruikt. Door het invoeren van de zoektermen *television* in combinatie met *parental mediation*, *media guidance* en verschillende vormen van *parental mediation*, zijn geschikte artikelen gevonden. Tijdens het lezen en analyseren van deze geschikte artikelen is gekeken naar verwijzingen en literatuurlijsten. Zo is de dataset tijdens de uitvoering van het onderzoek nog verder aangevuld.

Als laatste is een zoekopdracht gedaan via *Psychinfo*. Er is naar referenties in internationale tijdschriften en boeken gezocht met de termen *parental mediation*, *guidance* en *supervision* in combinatie met *television*. Het gaat hier dus om gepubliceerde wetenschappelijke artikelen. Proefschriften zijn hierbij uitgesloten. De eerste zoekopdracht leverde slechts circa dertig resultaten op, waarvan na een eerste lezing bleek dat het merendeel niet geschikt was. Daarom zijn twee extra zoekopdrachten zijn uitgevoerd. De eerste met de termen *parent* en *television* als hoofdwoorden en uitsluiting van *television viewing* als hoofdwoord en de tweede met de termen *parents* en *television viewing* als hoofdwoorden. Dit leverde in totaal 894 suggesties voor relevante artikelen op. Na eerste bestudering bleek een groot deel te verwijzen naar niet passende studies. De suggesties, die auteur, titel, abstract en tijdschrift bevatten, zijn opgenomen in een Word-bestand. Met de zoekfunctie is in deze referenties gezocht naar de volgende woorden: *parental mediation*, *parental control*, *parental guidance*, *supervision*, *restrictive*, *co-viewing*, *instructional*, *parental influence*, *parental involvement*, *parent-child*. Dit leidde tot in totaal 143 referenties die mogelijk geschikte onderzoeken bevatten voor de thesis. Al deze nummers zijn opgezocht

in het document om de bruikbare artikelen er uit te halen. Van de geschikt geachte artikelen waren sommige al in bezit. De overige artikelen zijn via internet in bezit gekregen of door het aanschrijven van auteurs met het verzoek om hun werk op te sturen. Bij het inzien van de artikelen, bleek dat sommige alsnog niet geschikt waren voor het onderzoek. Slechts drie artikelen zijn niet gevonden. Of dit echt geschikte artikelen zijn voor de dataset is niet bekend, omdat de exacte inhoud ervan niet is ingezien. Op basis van de referenties leken ze wel geschikt. Het betreft de volgende artikelen:

- Buerkel-Rothfuss, N., Greenberg, B., Atkin, C. & Neuendorf, K. (1982). Learning about the family from television. *Journal of Communication*, 32(3), 191-201.
- Peterson, J., Moore, K. & Furstenberg, F. (1991). Television viewing and early initiation of sexual intercourse: Is there a link? *Journal of Homosexuality*, 21(1-2), 93-118.
- Weaver, B. & Barbour, N. (1992). Mediation of children's televiewing. *Families in Society*, 73(4), 236-242.

In totaal zijn 96 gepubliceerde, wetenschappelijke artikelen opgenomen in de dataset. Al deze artikelen voldoen aan een aantal criteria. Het land waar het onderzoek is uitgevoerd is niet bepalend. Voorwaarde is wel dat het in het Engels is geschreven. Hiermee zijn Nederlandstalige artikelen uitgesloten van het onderzoek. De studies richten zich op mediaopvoeding met betrekking tot televisieprogramma's. Dit sluit onderzoek naar variabelen als films en reclame uit. De leeftijd van de kinderen waar onderzoek naar is gedaan, ligt tussen de 0 en 18 jaar. De artikelen hebben gericht onderzoek gedaan naar één of meerdere vormen van mediaopvoeding en dateren vanaf 1982. Onderzoek naar televisie voor 1982 was nog erg pril. Bovendien is dit jaartal als beginpunt vastgesteld, omdat in dit jaar het artikel *Determinants of parental guidance of children's television viewing for a special subgroup: Mass media scholars* van Bybee, Robinson, en Turrow is verschenen. Veel auteurs en onderzoekers zien dit artikel als de basis van mediaopvoeding. Zo ook Mendoza, die in haar werk van 2009 schrijft dat deze auteurs de eersten zijn die een duidelijke omschrijving van mediaopvoeding geven op basis van de drie vormen daarvan (restrictief, evaluatief en ongericht).

Sommige onderzoeken richten zich op bepaalde variabelen. Zo zijn er onderzoeken gedaan naar mediaopvoeding en het verschil tussen jongens en meisjes. Er zijn onderzoeken die leeftijdscategorieën hanteren, zoals peuters, kleuters en bijvoorbeeld kinderen van 8 tot en met 12 jaar. Al deze verschillen zijn meegenomen in het onderzoek voor de thesis. Een

voorbeeld is het onderzoek van Komaya en Bowyer (2000), *College-educated mother's ideas about television and their active Mediation of viewing by three- to five-year-old-children: Japan and the U.S.A.* Sommige onderzoeken richten zich op een bepaalde samenleving. Zo ook Sun (2009), *Parental mediation of children's TV viewing in China: An urban-rural comparison*. Ook deze onderzoeken zijn opgenomen in de dataset.

3.2.3 Het codeerschema

Voorafgaand aan het analyseren van de artikelen is al een aantal vragen opgesteld. Tijdens het analyseren van de eerste dertig artikelen is het schema gespecificeerd. Er kwamen nog belangrijke aandachtspunten naar voren die vooraf niet waren gevonden. Na het lezen en analyseren van deze eerste dertig artikelen, is een intercodeurbetrouwbaarheidstest uitgevoerd. Dit is gedaan om de effectiviteit, volledigheid en duidelijkheid van het codeerschema te testen en om te kijken of de interpretaties van de codeur niet afwijken. Van de dertig artikelen zijn er tien geanalyseerd door Peter Nikken. Deze artikelen zijn aselekt geselecteerd door met een dobbelsteen te gooien. Stel de eerste worp is het getal drie, dan wordt artikel drie op de literatuurlijst gekozen. Vanaf dit punt in de literatuurlijst wordt vervolgens weer verder geteld met de volgende worp. Zo is de lijst rond gewerkt tot er tien artikelen uit kwamen. De analyses van Peter Nikken zijn vergeleken met de eigen analyses. De uitkomsten kwamen in grote lijnen met elkaar overeen. Wel waren er nog een aantal opmerkingen met betrekking tot het codeerschema. Deze is vervolgens aangevuld en aangescherpt. Hierna is het definitieve codeerschema vastgesteld. Het volledige codeerschema, wat bestaat uit 20 vragen, staat hieronder uitgelegd.

De vragen van het codeerschema zijn voortgekomen uit de probleemstelling en doelen (zie paragraaf 2.6) en kunnen in vier groepen worden verdeeld: Mediaopvoeding in het algemeen, Het onderzoeksonderwerp en eigenschappen van de respondenten, methodologie van het onderzoek, uitkomsten van het onderzoek. Deze indeling sluit aan op de opbouw van de geanalyseerde artikelen, waarin over het algemeen in de introductie informatie wordt verschaft over mediaopvoeding, gevolgd door een hoofdstuk met informatie over het onderzoek en gehanteerde methodologie en een hoofdstuk met de resultaten. De groepen en bijbehorende vragen worden hieronder toegelicht.

Mediaopvoeding in het algemeen

1. Mediaopvoeding vormt de kern van het onderzoek. Daarom is het in eerste instantie belangrijk om te kijken wat de onderzoeken nu precies onder mediaopvoeding verstaan. Zoals uit paragraaf 2.3 is gebleken, ontbreekt een duidelijke definitie over mediaopvoeding. Door naar definities in de artikelen te kijken, kan hier meer inzicht in komen. Dit gebeurt aan de hand van de volgende vraag: *Wordt mediaopvoeding in de inleiding gedefinieerd?* Antwoordopties bij deze vraag zijn ‘nee’ en ‘ja’. Indien ja is het paginanummer waar de definitie op staat opgenomen, zodat de definities bij de dataverwerking makkelijk terug gevonden konden worden. Er is niet voor gekozen om de definities direct op het codeerschema over te nemen, aangezien sommige definities zeer omvangrijk zijn.
2. Paragraaf 2.4 laat zien welke vormen van mediaopvoeding veelal worden gehanteerd volgens de verzamelwerken. Deze vormen komen qua inhoud met elkaar overeen, maar hebben wel andere benamingen. Daarom wordt geïnventariseerd welke benamingen en vormen er allemaal zijn aan de hand van de vraag: *Worden ouderlijke gedragingen of vormen van mediaopvoeding genoemd of omschreven in de inleiding?* Antwoordopties zijn ‘nee’ of ‘ja, namelijk’. Met deze uitkomsten kan gekeken worden of de vormen die zijn gegeven in de verzamelwerken wel daadwerkelijk als dé vormen kunnen worden gezien.
3. Bovenstaande vraag geeft nog geen antwoord op de vraag welke vormen uiteindelijk zijn onderzocht. Om daar inzicht in te krijgen, is de volgende open vraag opgenomen: *Welke vormen van mediaopvoeding worden uiteindelijk onderzocht?*
4. Uit de vragen 2 en 3 komen verschillende vormen en benamingen naar voren. Om inzicht te krijgen in al deze benamingen, is het handig om te kijken waar deze benamingen en vormen vandaan komen. Gebruiken auteurs vormen gebaseerd op eerder onderzoek of kiezen ze voor nieuwe vormen/ benamingen? Ofwel: *Verwijzen de auteurs naar andere auteurs op wie ze zich met deze vormen baseren?* Deze vraag is met ‘nee’ of ‘ja, namelijk’ te beantwoorden.

Het onderzoeksonderwerp en eigenschappen van de respondenten

5. De uitkomsten van de literatuurstudie zeggen niets als niet duidelijk is waar de onderzoeken zich op hebben gericht. Bovendien is het van belang om te weten waar al veel onderzoek naar is gedaan en waar niet. Daarom is de volgende open vraag in het codeerschema opgenomen: *Wat is/zijn de onderzoeksvraag/onderzoeksvragen of hypothese(s)?* In eerste instantie moet deze vraag worden beantwoord door de onderzoeksvraag van het onderzoek te formuleren. Indien deze niet is gegeven, wordt de vraag beantwoord door de hypothese(s) te noteren. Een enkele keer is het voorgekomen dat zowel onderzoeksvraag als hypothesen ontbreken in een artikel. Om toch te achterhalen waar het onderzoek over gaat, is voor de beantwoording van vraag 5 gekeken naar omschrijving van de onderzoeksdoelen. Hieruit is alsnog het onderzoeksonderwerp goed af te leiden.
6. Vraag 6 ligt in het verlengde van vraag 5. Om te kijken waar al veel onderzoek naar is gedaan en waar niet, worden de verschillende televisiegenres onder de loep genomen. Hiermee wordt ook duidelijk of er televisiegenres zijn waar de uitkomsten van de literatuurstudie voor op gaan. Dit wordt gemeten aan de hand van de volgende open vraag: *Wordt een bepaald televisiegenre onderzocht? Zo ja, welke?*
7. Uit paragraaf 2.5 is duidelijk geworden dat er veel verschillende kenmerken van gezinnen zijn waar onderzoek naar mediaopvoeding zich op kan richten. Uitkomsten per variabele kunnen soms aanzienlijk verschillen. Bij sommige variabelen zijn de uitkomsten wel eenduidig, maar kan geen goede uitspraak worden gedaan doordat er weinig vergelijkend studiemateriaal is. Daarom zijn de vragen 7 tot en met 10 opgenomen die de variabelen van de geanalyseerde artikelen meten. Zo wordt duidelijk naar welke variabelen veel of weinig onderzoek is gedaan. De eerste vraag luidt: *Zijn in de onderzoeken gegevens van ouders of kinderen gebruikt?* Aangekruist kan worden: 'ouders', 'kinderen' of 'anders, namelijk'. Tijdens het lezen van de eerste artikelen is gebleken dat de steekproeven voornamelijk bestaan uit ouders, kinderen of allebei, maar dat een enkel onderzoek hiervan afwijkt, door bijvoorbeeld het gezin als geheel te bestuderen/ ondervragen. Om een overzicht te krijgen van de omvang van de steekproeven, is achter de antwoordopties het aantal respondenten ingevuld.
8. *Wat is het profiel van de ouders in kernwoorden?* Bij deze open vraag worden alle kenmerken en eigenschappen van de ouders genoteerd die staan vermeld in het

artikel. Aangezien er veel eigenschappen zijn en de onderzoeken zich veelal op verschillende eigenschappen richten, zijn alle eigenschappen in één vraag opgenomen en niet onderverdeeld in meerdere vragen of antwoordopties.

9. *Wat is de leeftijd van de kinderen waar onderzoek naar wordt gedaan?* Leeftijd van het kind speelt een belangrijke rol bij het hanteren van een bepaalde vorm van mediaopvoeding, zoals paragraaf 2.5 aantoont. Uit eerste bestudering van de dataset is gebleken dat de onderzoeken vaak de leeftijd van de kinderen noemen. Dit in tegenstelling tot de eigenschappen van kinderen. Want net als bij vraag 8 geldt dat er ontzettend veel eigenschappen zijn van kinderen en dat de onderzoeken zich vaak op verschillende eigenschappen richten. Daarom is een aparte vraag over leeftijd van kinderen opgesteld en is het niet opgenomen onder de volgende waarin het profiel van het kind centraal staat.
10. *Wat is het profiel van de kinderen in kernwoorden?* (voor verantwoording, zie vraag 8)
11. Een van de voorwaarden waaraan de geanalyseerde artikelen moesten voldoen was de taal. De literatuurstudie heeft alleen Engelstalige onderzoeken onder handen genomen. Maar komen al deze studies dan ook uit Engeland of de Verenigde Staten? Hebben de conclusies van de literatuurstudie vooral betrekking op deze landen? Om dat te bepalen is de volgende vraag gesteld: *Wat is de herkomst van de respondenten (land)?*

Methodologie van het onderzoek

12. Een van de probleempunten van mediaopvoeding, zoals al eerder uitgelegd, is dat er weinig concrete informatie is over hoe de onderzoeken zijn uitgevoerd. In een wetenschappelijk artikel wordt dit vaak wel uitgelegd, maar er is nauwelijks iets bekend over de methodologie van de artikelen bij elkaar. Als hier meer inzicht in is, kunnen de eerdere onderzoeken en resultaten vanuit een nieuwe invalshoek worden bekeken. Met die rede zijn in het codeerschema de vragen 12 tot en met 19 opgenomen die de methodologieën van de onderzoeken in kaart brengen. *Bij vraag 12 is aangekruist of het onderzoek cross-sectioneel, longitudinaal, experiment of 'anders, namelijk' betreft.*
13. Bovenstaande vraag geeft antwoord op het soort onderzoek dat is uitgevoerd. *Maar hoe zijn de data voor dat onderzoek verzameld?* De meest voor komende

onderzoeksmethoden ('t Hart, Boeije & Hox, 2006) zijn in de antwoordmogelijkheden opgenomen: schriftelijke enquête, online enquête, telefonische enquête, telefonische open interviews, *face-to-face* open interviews en observaties. Aangezien dit niet alle onderzoeksmethoden zijn, is nog een optie 'anders, namelijk' toegevoegd.

14. Met de uitkomsten van vraag 13 is duidelijk welke methodologie is gehanteerd. Maar geven de artikelen ook inzicht in de inhoud van het meetinstrument? Ofwel: *worden de individuele items van de vormen van mediaopvoeding genoemd?* Bij deze vraag horen drie antwoordmogelijkheden: 'nee', 'ja er worden enkele voorbeelden van items genoemd, 'ja alle items worden genoemd'. Achter de laatste twee opties is het paginanummer opgeschreven waarop de items worden genoemd.
15. Vraag 15 komt voort uit de vorige vraag. Want met de uitkomst van vraag 14 is wel duidelijk of er items worden genoemd, maar niet duidelijk hoe deze items en bijbehorende schalen tot stand zijn gekomen. *Hoe zijn deze individuele items tot schalen geconstrueerd?* Voor de beantwoording is gekeken of de items en schalen op eigen empirisch onderzoek berusten of dat deze a priori zijn verkregen. Hierbij is een onderscheid gemaakt in de volgende antwoordopties: eigen empirisch onderzoek niet nader verklaard, eigen empirisch onderzoek- via factoranalyse, a priori- zonder factoranalyse, a priori- met bevestigende factoranalyse, combinatie van eigen empirisch onderzoek en a priori. Achter de a priori opties is, indien vermeld in het artikel, genoteerd op basis van welke studie het a priori onderzoek is uitgevoerd. In het resultatenhoofdstuk worden deze groepen nog verder uitgelegd onder vraag 15.
16. Over de uitvoering van de factoranalyse is nog het een en ander te vermelden, zoals: *Zijn er items in de uiteindelijke schalen opgenomen die in de factoranalyse een lading hebben hoger dan .35 op meer dan 1 factor? Welke items zijn dit?* Indien geen factoranalyse is uitgevoerd, vermelden: niet van toepassing. Indien het artikel geen verdere informatie verschaft over de uitvoering en uitkomst van de factoranalyse vermelden: niet nader verklaard.
17. *Zijn er items die uiteindelijk na de factoranalyse niet zijn opgenomen? Welke items zijn dit?* Indien geen factoranalyse is uitgevoerd, vermelden: niet van toepassing. Indien het artikel geen verdere informatie verschaft over de uitvoering en uitkomst van de factoranalyse vermelden: niet nader verklaard.

18. Bovenstaande vragen geven inzicht in de items en schalen die zijn gebruikt. Maar hoe betrouwbaar zijn deze items en schalen? *Wordt de validiteitswaarde Cronbach's alpha genoemd? Wat is/zijn de waarde(s) en over hoeveel items is elk van deze waarde berekend?* Indien de methodologie zich niet leent voor Cronbach's alpha, antwoorden met: niet van toepassing. Cronbach's alpha is niet te meten als er slechts één item op een schaal staat. Dit wordt dan ook apart in het antwoord vermeld.
19. Antwoorden van respondenten worden bij bepaalde onderzoeken vaak gevormd door de antwoordopties die er zijn. Neem als voorbeeld een enquête. Een respondent kan geen eigen invulling geven, maar is beperkt door het aankruisen van een aantal mogelijkheden. Daarom zijn de antwoordmogelijkheden van de studies geïnventariseerd. *Wat zijn de gebruikte antwoordcategorieën per vorm van mediaopvoeding?* De antwoordmogelijkheden zijn letterlijk genoteerd. Bij de artikelen die geen inzicht geven in de antwoordopties is 'niet nader verklaard' geschreven.

Uitkomsten van het onderzoek

20. Er is al eerder opgemerkt dat de uitkomsten van de onderzoeken van elkaar kunnen verschillen. Maar wat zijn dan precies die verschillen? En waar is al wel duidelijkheid over? De slotvraag van het codeerschema richt zich hierop door te kijken naar de algemene uitkomsten van de onderzoeken. Zo krijgt de beeld een wetenschap van waar wel of geen onderzoek naar nodig is. En zo worden ouders weer geholpen om goede, betrouwbare informatie te krijgen. Aangezien veel onderzoeken meerdere uitkomsten hebben, is voor de belangrijkste uitkomsten gekeken naar het conclusie en discussie gedeelte en de abstract van het artikel. Hierin staan de belangrijkste uitkomsten vaak benadrukt. Het gedeelte waarin de resultaten worden besproken is nog nagelezen om opvallende resultaten er uit te halen.

Het volledige codeerschema is terug te vinden in appendix A.

3.2.4 Dataverwerking

De codeerschema's van de 96 artikelen zijn ingevoerd in Excel. Dit is gedaan door in één kolom alle mogelijke variabelen en antwoorden van de vragen in te voeren en daarachter in een kolom te turven hoe vaak dit voorkomt. Bij de vragen met vaste antwoordopties leverde dit geen problemen op. Maar de open vragen leverden veel verschillende antwoorden op. Deze zijn dan ook op een andere manier in Excel ingevoerd of uitgewerkt:

- De antwoorden op de vragen 7, 18 en 19 zijn van tevoren gecategoriseerd, zodat deze makkelijker konden worden ingevoerd. Vraag 7 geeft antwoord op het aantal respondenten. Aangezien de steekproeven kunnen variëren van enkele tientallen tot duizenden, en om deze verschillende aantallen toch overzichtelijk te verwerken, zijn de aantallen per 100 gesorteerd. Dit geeft de volgende groepen: 0-99 respondenten, 100-199 respondenten, 200-299 respondenten etc. Deze groepen zijn in een kolom opgenomen. In de kolom erachter is vervolgens geturfd hoe vaak een groep voor komt. Hetzelfde gaat op voor vraag 18, waarin de validiteitswaarde wordt gegeven. Deze waardes kunnen onderling veel verschillen. Al deze losse waardes opnemen geeft geen overzicht. Vandaar dat in Excel is geturfd hoeveel van de waardes onder de .70 liggen en hoeveel .70 of hoger zijn (een verantwoording voor de grens van .70 volgt in hoofdstuk 4, bij de beantwoording van de vraag).
- De vragen 2, 3, 5, 8, 10, 19 en 20 zijn ook open vragen en hebben veel verschillende antwoorden/ variabelen opgeleverd. In tegenstelling tot bovengenoemde vragen, was het bij deze vragen niet mogelijk om van tevoren te categoriseren. Oorzaak hiervan is dat er onvoldoende inzicht was in mogelijke categorieën. De antwoorden moesten eerst op een rij staan voordat deze onderverdeeld konden worden in groepen. Alle variabelen en antwoorden zijn opgenomen in het Excel bestand, waarna ze pas zijn gecategoriseerd. In het volgende hoofdstuk, waarin de resultaten staan, is deze categorisering per vraag nader toegelicht.

Bij een aantal vragen is gekeken naar een tijdsontwikkeling en daarom zijn er meerdere kolommen, per tijdsperiode, gebruikt om te turven. De aandacht voor tijdsontwikkeling is interessant om te kijken hoe mediaopvoeding de loop der tijd is veranderd. Was er vroeger bijvoorbeeld meer aandacht voor een bepaalde vorm van mediaopvoeding? Een tijdsontwikkeling is ook toegepast als er van tevoren een verwachting/ hypothese was dat de resultaten per jaar konden verschillen. Zo is de verwachting dat de eerste onderzoeken

zich veelal richten op verkennend onderzoek. Het is niet bij alle vragen van het codeerschema relevant om te kijken naar een tijdsontwikkeling. Zo zegt de leeftijd van de kinderen per tijdsperiode niet veel. Alleen het eindresultaat is van belang, omdat dit laat zien naar welke leeftijd al veel onderzoek is gedaan of juist niet.

Om de tijdsontwikkeling te onderzoeken, zijn de resultaten van de artikelen bij bepaalde vragen gesorteerd op decennia (jaren '80, jaren '90, jaren '00 en de jaren '10). Het gaat om de vragen 1 t/m 4, 12, 13, en 15 (voor de exacte vragen, zie vorige twee pagina's). In het volgende hoofdstuk wordt bij deze vragen nog nader verklaard wat het belang van de tijdsontwikkeling is. De tijdsperiodes en het aantal bijbehorende artikelen zien er als volgt uit:

- Periode 1: 1982-1989 = 9 artikelen
- Periode 2: 1990-1999= 14 artikelen
- Periode 3: 2000-2009= 45 artikelen
- Periode 4: 2010-2013= 28 artikelen

Het aantal artikelen per tijdvak verschilt aanzienlijk, maar door de resultaten in percentages uit te drukken, kunnen de tijdsperiodes alsnog goed worden vergeleken met elkaar.

3.3 Het interview

3.3.1 Soorten interviews

"Een interview kan worden beschouwd als een vorm van een gesprek waarin een iemand - de interviewer - zich bepaalt tot het stellen van vragen over gedragingen, opvattingen, houdingen en ervaringen ten aanzien van bepaalde sociale verschijnselen, aan een of meer anderen - de participanten of geïnterviewden -, die zich voornamelijk beperken tot het geven van antwoorden op die vragen." (Maso, 1987, p.63).

Volgens Hennie Boeije zijn er drie soorten interviews (Boeije, 2005, pp. 274-275). Bij een gestructureerd interview ligt de inhoud en de volgorde van de vragen vast. Bij het halfgestructureerde interview is al een aantal vragen vooraf opgesteld, maar dit kan tijdens het interview nog veranderen. Zo kan het gebeuren dat er tijdens het gesprek nieuwe vragen worden geformuleerd en dat de volgorde kan variëren door de loop van het gesprek. Het ongestructureerde interview vormt zich aan de hand van het interview zelf. Van tevoren zijn 1 of 2 vragen opgesteld om het interview mee te beginnen. De volgende vragen worden geheel geformuleerd op basis van hetgeen dat tijdens het gesprek naar voren komt. De interviewer laat zich leiden door de antwoorden van de respondent.

Voor het onderzoek van deze thesis zijn halfgestructureerde interviews afgenomen. Het doel van de interviews is om te kijken hoe respondenten denken over het onderwerp op basis van het literatuuronderzoek. Bepaalde aspecten van het literatuuronderzoek komen terug in het interview. Daardoor is het belangrijk om gerichte vragen te stellen. Deze vragen vormden de leidraad voor de interviews. Soms zijn nog andere vragen gesteld, afhankelijk van de antwoorden van de respondenten. Doorvragen was soms noodzakelijk voor een verheldering of verdieping van het antwoord. Ook de volgorde varieerde wel eens, doordat een bepaalde vraag beter aansloot bij het antwoord van de respondent. Maar uiteindelijk zijn alle vragen afgewerkt. Een uitleg over het tot stand komen en de inhoud van de interviewvragen volgt in onderstaande paragraaf.

3.3.2 Interviewvragen

Hijmans en Wester (2006) geven een voorbeeld van een opzet van een interview. Deze topiclijst omschrijven ze als volgt: "De topiclijst dient als leidraad en geheugensteun voor de

onderzoeker en eventuele interviewers. In de topiclijst worden de onderwerpen aangedragen in de formuleringen zoals de onderzoeker die *op dat moment* relevant acht.” (Hijmans & Wester, 2006, p. 515). Op relevantie van de onderwerpen wordt later in deze paragraaf teruggekomen. Als eerste wordt de opbouw van de topiclijst van de auteurs in het kort uitgelegd:

1. Introductie van het onderzoek. De interviewer legt aan de respondent uit waar het onderzoek over gaat en wat er van de respondent wordt verwacht.
2. Eerste gespreksonderwerp. Er wordt een begin gemaakt met het interview. Dit kan het makkelijkst door eerst wat achtergrondvragen te stellen aan de respondent, zoals waar hij of zij werkt.
3. Centrale gespreksonderwerpen. In dit gedeelte worden de onderwerpen en/of vragen besproken waar de interviewer meer over wilt weten. Er wordt begonnen met een centrale, algemene vraag die voor alle respondenten hetzelfde is. Hierna kan het gesprek enigszins gevormd worden door de antwoorden van de respondenten. Dit houdt in dat alle vooraf opgestelde vragen wel gesteld kunnen worden, maar wellicht in een andere volgorde en met extra vragen tussendoor die niet vooraf waren geformuleerd.
4. Afronding van het gesprek. De interviewer kan hier een korte samenvatting geven van het gesprek. De respondent wordt bedankt en krijgt eventueel nog gelegenheid om opmerkingen of aanvullingen te maken.

De punten 1, 2 en 4 geven al duidelijk aan wat van zowel de interviewer als de respondent wordt verwacht. Punt 3 staat nog open en kan teruggekoppeld worden naar ‘onderwerpen die de onderzoeker relevant acht’. Want wat wordt onderzocht? Welke vragen worden gesteld? En waarom? De interviewvragen van deze thesis zijn in vijf topics te verdelen:

Eerste gespreksonderwerp

Het eerste topic gaat over het ‘eerste gespreksonderwerp’ en bevat de volgende vragen:

- Wat is uw eigen onderzoeksterrein?
- Wat voor onderzoek heeft u gedaan naar media en/of kinderen?

Centrale gespreksonderwerpen – mediaopvoeding

Zoals in paragraaf 2.3 al uitgelegd, zijn er veel verschillende definities van mediaopvoeding. Het ontbreekt aan een algemeen aangenomen definitie. Daarom, en omdat mediaopvoeding de kern van het onderzoek is, is als eerste aan de respondenten gevraagd wat zij onder mediaopvoeding verstaan. De verschillende vormen van mediaopvoeding die er zijn, hangen nauw samen met het begrip zelf en worden onderzocht in de literatuurstudie. Daarom is het interessant om te kijken met welke vormen de respondenten bekend zijn en welke vormen in hun ogen effectief zijn of niet. De antwoorden op deze vragen kunnen worden vergeleken met de uitkomsten van de literatuurstudie. Om het belang van (onderzoek naar) mediaopvoeding te achterhalen, is als slot van dit topic gevraagd hoe belangrijk de respondent mediaopvoeding acht.

Centrale gespreksonderwerpen – eerdere onderzoeken

Deze thesis richt zich op eerder uitgevoerd onderzoek naar mediaopvoeding. Vandaar dat een topic over eerdere onderzoeken niet uit kan blijven. Er zijn 96 artikelen geanalyseerd en veel van de auteurs verwijzen weer naar andere auteurs. Met welke namen zijn de respondenten dan bekend? Zoals in de operationalisering al is uitgelegd, is televisie niet langer meer beperkt tot een 'kast' die op een meubel staat. Televisieprogramma's kunnen ook via tablets en computers worden gekeken. In de eerdere onderzoeken die zijn geanalyseerd, staat nog wel de 'oude' televisie centraal. In hoeverre denken de respondenten dat deze onderzoeken nog bruikbaar zijn? Hebben ouders en wetenschappers nog er nog wat aan of zijn ze inmiddels gedateerd door het huidige medialandschap?

Centrale gespreksonderwerpen – methodologie en ruimte voor onderzoek

De literatuurstudie meet onder meer hoe de eerdere onderzoeken zijn uitgevoerd. Dit heeft een aantal resultaten opgeleverd die vervolgens door de respondenten worden aangevuld. Want wat is in hun ogen een goede methodologie? Hoe zouden ze zelf het liefst onderzoek naar mediaopvoeding uitvoeren? En waarnaar? Zoals in de paragraaf over de probleemstelling al is opgemerkt, is er al ontzettend veel onderzoek naar mediaopvoeding gedaan vanuit verschillende invalshoeken. De literatuurstudie geeft, zoals eerder uitgelegd, inzicht in wat is onderzocht en waar nog ruimte ligt voor onderzoek. Dit kan worden

aangevuld en/ of tegengesproken door de respondenten. Als experts hebben zij wellicht een mening over waar nog onderzoek naar moet worden gedaan.

Centrale gespreksonderwerpen – beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding

De introductie en probleemstelling hebben laten zien dat er vanuit wetenschappers en ouders nog veel vragen zijn over mediaopvoeding, ondanks de vele onderzoeken die al zijn uitgevoerd hiernaar. Wat is de mening van de respondenten hierover, hoe zien zij de toegankelijkheid van informatie over mediaopvoeding?

De complete vooraf opgestelde vragenlijst is opgenomen in appendix B.

3.3.3 Respondenten

Van de 24 experts die zijn benaderd, zijn uiteindelijk zeven geïnterviewd. De overige experts gaven aan geen tijd te hebben of reageerden niet op de e-mails met het verzoek voor participatie. Van de zeven interviews zijn twee telefonisch en vijf *face-to-face* afgenomen. De kern van het onderzoek is de literatuurstudie en de zeven interviews vormen een aanvulling op de bevindingen hiervan. Meer interviews afnemen was ook niet haalbaar vanwege de beperkt beschikbare tijd voor het onderzoek.

De respondenten voldoen aan een aantal eisen: hij of zij is reeds afgestudeerd, werkzaam in het veld van media of pedagogiek en heeft ervaring met ouderlijke begeleiding bij mediagebruik door kinderen. Respondenten kunnen vertellen over hun visie op mediaopvoeding. Deze uitkomsten zijn vervolgens naast de resultaten van de literatuurstudie gelegd. De volgende mensen zijn geïnterviewd:

- Leontien Lems: Teamleider educatie bij Beeld & Geluid, een bedrijf dat onder meer is gericht op mediawijsheid. Het bedrijf is gericht op een meer actieve houding en meer bewustwording bij mediagebruik.
- Justine Pardoën: Hoofdredacteur van de websites mediaopvoeding en ouders online. Zij richt zich al ruim tien jaar op mediaopvoeding door ouders bij kinderen.
- Sanderijn van der Doef: Seksuologe en psychologe bij Rutgers WPF. Voor haar werk richt ze zich op de seksuele opvoeding van kinderen. Onderdeel hiervan is de rol die media en mediaopvoeding hierbij spelen.
- Denise Bontje: Taalkundige, gericht op kind en media. Denise Bontje is betrokken bij veel projecten die zijn gericht op mediaopvoeding en het jonge kind. Ze richt zich

vooral op de vertaalslag van wetenschappelijke resultaten van mediaopvoeding naar de praktijk.

- Hans Beentjes: Verbonden aan de Universiteit van Amsterdam, faculteit maatschappij- en gedragswetenschappen. Hans Beentjes richt zich voornamelijk op jeugd en media entertainment. Zo heeft hij onder meer onderzoek gedaan naar bepaalde aspecten van televisie (zoals ondertiteling en commentaar) en de effecten die dit hebben op het kind.
- Nicole Lucassen: Universitair docente gezinspedagogiek aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Ze heeft een onderzoek gedaan naar de begeleiding van ouders bij het kijken van televisie door hun kind. Hierover is een artikel verschenen.
- Esther Rozendaal: Universitair docente persuasieve communicatie aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Esther Rozendaal richt zich op de invloeden van commerciële media op het kind. Zo heeft zij een onderzoek gedaan naar mediaopvoeding bij televisiereclame.

3.3.4 Transcripties

De twee telefonische interviews zijn deels opgenomen. Dit in combinatie met meeschrijven, heeft ervoor gezorgd dat alle belangrijke informatie goed bewaard is gebleven. Deze interviews zijn vervolgens direct na het gesprek uitgetypt. De vijf *face-to-face* interviews zijn met een spraakrecorder opgenomen, zodat deze achteraf getranscribeerd konden worden. De transcripties zijn woordelijk uitgewerkt. Dit houdt in dat de opnames volledig zijn uitgetypt, maar dat geluiden als 'ehm' zijn weggelaten. Er zijn geen interpretatieve opmerkingen, zoals lichaamshouding en gezichtsuitdrukking van de respondent, gemaakt. Ook bevestigende woorden van de interviewer, zoals 'ja', zijn niet uitgetypt, omdat deze geen waarde toevoegen. Het gaat tenslotte om de uitkomsten van de interviews en vergelijkingen met het literatuuronderzoek en niet om kwalitatieve interpretaties met betrekking tot de respondent. Bovendien liet de beschikbare tijd voor het onderzoek het niet toe om nog meer de diepte in te gaan. Alleen extreem langdurige stiltes of onderbrekingen zijn tussen haakjes opgenomen. Het spreekgedeelte van de interviewer is vetgedrukt, zodat duidelijk te zien is wanneer de interviewer of de respondent aan het woord is. Een witregel geeft de overgang naar een ander topic van de vragenlijst weer. Per topic zijn de begin- en eindtijd opgenomen.

Bovengenoemde aspecten van de transcripties zijn afkomstig uit Hijmans en Wester (2006), wat als naslagwerk is gebruikt.

3.3.5 Dataverwerking

Met de transcripties zijn de interviews omgezet naar leesbare documenten. Nu moeten deze teksten nog betekenis krijgen, want volgens Wester en Pleijter (2006, p. 579) heeft een tekst op zichzelf nog geen directe betekenis. Hier komen de volgende drie dimensies bij kijken: semantische, syntactische en pragmatische. Bij de eerste gaat het om de letterlijke betekenis van woorden, bij de tweede om de context eromheen. Er wordt dan dus meer ingegaan op de bredere betekenis van het woord. De pragmatische dimensie gaat in op de achtergrond van de tekst, zoals het soort tekst en betrokken personen (auteurs, geïnterviewden). Met deze dimensies kan een tekst worden geïnterpreteerd. Het pragmatische aspect van de transcripties voor deze thesis is al duidelijk. Er worden uitwerkingen van interviews geanalyseerd en het portret van de geïnterviewden is al gegeven in paragraaf 3.3.3. Dan blijven de semantische en syntactische dimensies over. Om de betekenis van de interviews te achterhalen, moet worden gekeken naar de woorden en bredere context waarin deze zijn geplaatst. Dit heeft plaatsgevonden via een aantal stappen, zoals geformuleerd door Hijmans en Wester (2006, pp 522-528).

Dataverkenning

De eerste stap is verkennen. Alle zeven transcripties zijn in het begin globaal doorgenomen om een algemeen beeld te krijgen van de inhoud en structuur van de gesprekken. Voorafgaand aan een analyse van een tekst is het belangrijk om te weten met welk materiaal wordt gewerkt.

Coderen en/ of markeren

Door te coderen wordt de tekst geordend. Delen tekst die over hetzelfde gaan, worden gegroepeerd en naast elkaar gelegd. Bij explorerende open interviews gebeurt het coderen op een open manier. Er staat van tevoren niets vast over de inhoud van het gesprek waardoor er ook niet gericht naar onderwerpen gezocht kan worden in de transcripties. De interviews voor deze thesis zijn afgenomen aan de hand van een topiclijst, waardoor wel gericht onderwerpen uit de transcripties kunnen worden gehaald. Daarom, en door de

bepaalde tijd om de interviews naast de literatuurstudie te analyseren, is gekozen voor 'gesloten' coderen. Elk topic is in de transcripties gemarkeerd met een eigen kleur, zodat alle informatie over een bepaald topic gemakkelijk terug te vinden was. In de interviews zijn ook opvattingen van respondenten naar voren gekomen die niet met de topics worden gemeten. Het gaat om opvattingen die de respondent meerdere keren heeft genoemd of om opvattingen waarvan ze letterlijk hebben gezegd dat ze dat als zeer belangrijk zien. Om deze inzichten niet verloren te laten gaan, zijn alle transcripties nog eens goed doorgenomen en zijn deze opvattingen met een eigen kleur gemarkeerd. Zo is als het ware een extra topic gevormd.

Samenvattingen

Met de markeringen was het mogelijk om alle informatie over een topic naast elkaar te leggen. De tekstdelen over een bepaald onderwerp zijn vervolgens samengevat, zodat in een aantal zinnen de mening of uitspraak over een bepaald topic duidelijk werd. Hierbij zijn binnen de topics nog meerdere samenvattingen gemaakt. De samenvattingen zijn namelijk gemaakt per vraag binnen een topic. Met het markeren/ coderen kon dit onderscheid moeilijk worden gemaakt, doordat sommige vragen heel erg in elkaar overlappen. Met het samenvatten konden deze tekstdelen makkelijker uit elkaar worden gehaald.

Selecties en overzichten

De topics en bijbehorende antwoorden zijn inmiddels uitgelicht met de markeringen en samenvattingen. Vervolgens is gekeken of alle gevonden informatie relevant was. Delen van de samenvatting die eigenlijk geen antwoord gaven op een van de vragen van het interview zijn geschrapt. En wanneer bepaalde vragen nog onbeantwoord bleven, zijn de transcripties nagelezen om alsnog de antwoorden te vinden.

Tabellen en/ of matrices

Hijmans en Wester noemen het gebruik van tabellen of matrices een goede manier om de gegevens overzichtelijk weer te geven. Hier gaan ze echter niet uitgebreid op in. Daarom is voor dit onderdeel gebruik gemaakt van het werk van Van Zoonen (1994). Zij maakt bij de analyse van transcripties gebruik van een datamatrix:

“The cells of this matrix would be filled with quotes, keywords, summaries etc. taken from the in-depth interviews displaying the inconsistencies, commonalities, patterns and configurations in the data in an immediately accessible form. Such a matrix enables the researcher to assess the relative value of the categories as well as examine the range of meanings articulated by individual participants.” (Van Zoonen, 1994, p. 142).

Bepaalde thema's worden in een datamatrix opgenomen om vervolgens te kijken hoe vaak het thema voor komt in de gesprekken bij alle respondenten. Deze methode is effectief voor het eigen onderzoek, omdat op deze manier de onderwerpen die aan de kaak zijn gesteld duidelijk naar voren komen. Er is namelijk een aantal onderwerpen specifiek ondervraagd. Met het markeren en samenvatten van de transcripties zijn de antwoorden op de gestelde vragen al gevonden. Deze tien vragen van de centrale gespreksonderwerpen zijn in een datamatrix opgenomen. Zo werd per vraag duidelijk hoeveel respondenten eenzelfde of juist afwijkende mening hadden. De twee vragen van het eerste gespreksonderwerp zijn niet opgenomen in een datamatrix. De antwoorden op deze vragen hebben betrekking op de achtergrond van de respondent zelf en zijn gebruikt om in paragraaf 3.3.3 een profiel te schetsen van de respondenten, zodat duidelijk is in welke context de antwoorden van de respondenten kunnen worden geplaatst.

Uitschrijven

De gegevens uit de datamatrix zijn vervolgens uitgeschreven. Hierbij is kritisch gekeken naar wat deze gegevens nu precies zeggen. Wat houden de uitspraken en meningen van respondenten over een bepaald onderwerp in? En hoe verhoudt dit zich tot het theoretisch kader en de bevindingen van de literatuurstudie? Het resultaat van de uitwerking van de interviews is terug te vinden in paragraaf 4.2.

3.3.6 Controle kwalitatieve interpretaties

Bij kwalitatief onderzoek moet altijd rekening worden gehouden dat het om interpretaties van een onderzoeker gaat. Gegevens worden niet letterlijk uit een tekst gehaald, maar komen tot stand door redeneren en interpreteren. Bovendien hebben de respondenten van de interviews ook invloed hier op. Het gaat tenslotte om meningen van mensen en het is nooit gegarandeerd dat ze de waarheid spreken of een volledig antwoord geven. Toch is er

een aantal aspecten die de betrouwbaarheid en kwaliteit van het onderzoek aanzienlijk vergroten (Boeije, 2006, pp. 283-287). Een daarvan is de 'terugkoppeling naar de participanten.' Alle respondenten hadden het verzoek om de uitwerking van het interview in te zien. Daarom is paragraaf 4.2, waarin de interviews zijn uitgewerkt, naar de respondenten gestuurd. Zo hebben ze kunnen kijken naar de juistheid van de interpretaties van de gesprekken. Op deze manier is de betrouwbaarheid van de kwalitatieve analyse verhoogd (Boeije, 2006, p. 287). De respondenten vijf en zes hebben een akkoord gegeven na het lezen. Van de overige respondenten is niets meer vernomen. De methodische verantwoording van dit hoofdstuk geeft stap voor stap inzicht in het tot stand komen van de gegevens en resultaten. Hiermee is geprobeerd de betrouwbaarheid en repliceerbaarheid van de studie zo groot mogelijk te maken. In hoofdstuk 5 volgt een reflectie op dit proces.

Hoofdstuk 4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. De eerste paragraaf behandelt de bevindingen van de geanalyseerde artikelen. Dit gebeurt aan de hand van een aantal subparagrafen volgens de indeling van het codeerschema zoals beschreven in paragraaf 3.1.3. Dit houdt in dat de eerste subparagraaf de vragen over mediaopvoeding in het algemeen behandelt. Subparagraaf 2 gaat in op de vragen met betrekking tot algemene kenmerken van de onderzoeken. Daarna worden de resultaten van de methodologische vragen weergegeven en tot slot een subparagraaf over de belangrijkste uitkomsten van de onderzoeken. Aan het eind van elk subparagraaf volgt een korte conclusie. Paragraaf twee gaat over de uitkomsten van de zeven interviews. Ook hier zijn de paragrafen weer onderverdeeld in een aantal subparagrafen om de gegevens zo overzichtelijk mogelijk weer te geven.

4.1 Resultaten geanalyseerde artikelen

4.1.1. Mediaopvoeding in het algemeen

Definities mediaopvoeding

Van de 9 artikelen uit periode 1, is in 55,55% een definitie van mediaopvoeding gegeven. In de daaropvolgende periode is dat al een stuk minder, namelijk in 7,14% van de 14 artikelen in totaal. Van de 45 artikelen uit 2000-2009 bevat slechts 8,89% een definitie. De periode erna blijft dit redelijk gelijk, in 8% van de 25 artikelen is een definitie terug te vinden. Dit betekent dat van alle 96 artikelen, slechts 11 (11,5%) een duidelijke definitie van mediaopvoeding bevatten. Zie Appendix C voor deze definities. Opvallend is dat na de definities in de eerste jaren, er nog steeds nieuwe definities zijn geformuleerd. Waarom is er niet voor gekozen om al bestaande definities over te nemen?

In de artikelen waar mediaopvoeding niet wordt gedefinieerd, wordt het juist veelal omschreven aan de hand van de verschillende vormen die er zijn (meekijken, restrictief, e.d.). Maar een heldere formulering van het begrip ontbreekt dan. Iets wat toch wel belangrijk is, aangezien het de basis van het onderzoek vormt. Het komt wel overeen met de uitspraak van Mendoza (2009), die concludeert dat er gebrek is aan een duidelijke definitie van mediaopvoeding.

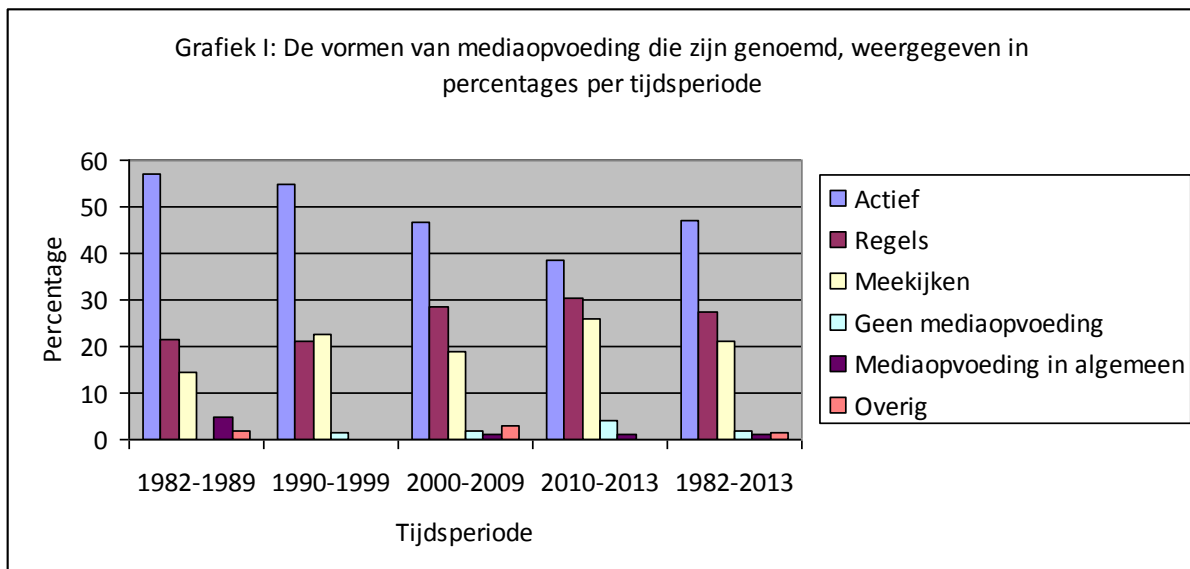
Dit gebrek aan een duidelijke definitie van mediaopvoeding blijkt ook uit de elf artikelen die wel een concrete omschrijving van mediaopvoeding geven (Appendix C). Qua inhoud zijn er namelijk veel verschillen. Volgens zes van deze definities is mediaopvoeding bedoeld om het begrip van kinderen te vergroten als ze televisie kijken. Het gaat dan om het begrip van wat ze zien en de koppeling naar de werkelijkheid. Deze definities gaan niet in op het handelen van ouders hierbij. Vier van de definities richten zich daar juist wel op. Deze definities gaan niet in op het belang en het doel van mediaopvoeding, maar leggen het uit aan de hand van hoe het uitgevoerd kan worden. Zo is er een definitie die stelt dat mediaopvoeding de discussie van televisie inhoud is (zie citaat 5 in Appendix C). Deze definitie is zeer beperkt, want zoals uit het theoretisch kader blijkt, is discussie slechts een klein onderdeel van mediaopvoeding. Één van de definities wijkt van alle definities af, door te verklaren dat mediaopvoeding is gericht op ouderlijke communicatie met als doel het beperken van consumptie van televisie door kinderen.

Vormen van mediaopvoeding

Bij het lezen van de eerste artikelen werd al snel duidelijk dat er veel verschillende vormen van mediaopvoeding worden genoemd in de inleiding en het theoretische gedeelte. Zo wordt bijvoorbeeld actieve mediatie ook wel instructieve en evaluatieve mediatie genoemd. Er zijn auteurs die geen van deze benamingen hanteren, maar juist een omschrijving gebruiken, zoals bijvoorbeeld 'regels' en 'samen kijken'. Daarnaast worden termen gebruikt die slechts een onderdeel van bijvoorbeeld actieve mediatie omvatten, zoals 'discussie' en 'interactie'. Om een beeld van alle termen, begrippen en vormen van mediatie te krijgen, zijn uit de inleiding en het theorie gedeelte van de geanalyseerde artikelen alle ouderlijke gedragingen en vormen van mediaopvoeding genoteerd. Als eerste is gekeken of deze onder een van de drie vormen van het theoretisch kader waren te scharen. De begrippen en benaderingen waarbij dit niet mogelijk was, zijn vervolgens in nieuwe groepen verdeeld. Deze groepen zijn zelf benoemd, op basis van gemeenschappelijke kenmerken van de begrippen die over zijn gebleven. Dit leverde de volgende begrippen en benamingen op, gesorteerd op groep (de begrippen en benamingen zijn hier niet naar het Nederlands vertaald. Sommige zijn moeilijk te vertalen. En door ze in het Engels te laten staan, zijn ze gemakkelijker in de literatuur terug te vinden. Sommige begrippen kunnen namelijk ook weer op meerdere manieren worden vertaald):

- Actief/discussie/praten: *active, positive mediation, negative mediation, instructive, evaluative, evaluations, discussion, induction, categorization, validation, supplementing, contradiction, communication, comments, questions, descriptions, labels, interaction, interaction before viewing, interaction during viewing, interaction after viewing, informal verbal mediation, informing, opinions* (zowel het uiten als het bespreken ervan), *verbal interaction, explanation, criticism, interpretation, talk/dialogue, factual mediation, providing facts, instructions, prearming, reading subtitles, hetero-control, sharing viewing experience, stimulating, intervention, control* (controle en interactie), *encouragement, guiding, supporting, involvement.*
- Regels: *restrictive, rules, rules for time, rules for content, limits, limit time, limit content, regulations, authoritarian, restrictions, reducing, cocooning, cohesion, prohibition, mediation by organizing time & space.*
- Meekijken: *coviewing, social coviewing, unfocused, permissive, high scaffold, medium scaffold, low scaffold, watching together, shared-focus, turn-taking, permissive parenting, cohesion.*
- Geen mediaopvoeding: *non-restrictive, neutral mediation, nonmediators, deference, self-control, lack of control.*
- Mediaopvoeding in het algemeen: *mediation, contextual mediation, monitoring.*
- Overig: *sensitization, behavior contingency, guided participation, support for censorship, factual reality/ magic window* (mediatie die specifiek is gericht op het begrip van kinderen van televisie. Is het echt wat ze zien, zijn ze bewust van technologieën?), *social reality/ social expectations* (mediatie die is gericht op overeenkomsten tussen personages en gebeurtenissen op televisie en de echte wereld. Nathanson & Yang 2003).

Bovenstaande opsomming laat zien dat er aanzienlijk veel verschillende benamingen zijn voor ouderlijk ingrijpen bij het kijkgedrag van kinderen. Maar de meeste zijn wel onder te verdelen in een van de zes groepen. Grafiek I laat zien hoe vaak de verschillende vormen van mediaopvoeding per tijdperiode worden genoemd. Voor alle tijdvakken geldt dat actieve mediatie het meest is genoemd, gevolgd door regels en meekijken. De groepen 'geen mediaopvoeding', 'mediaopvoeding in het algemeen' en 'overig' worden slechts enkele keren genoemd.



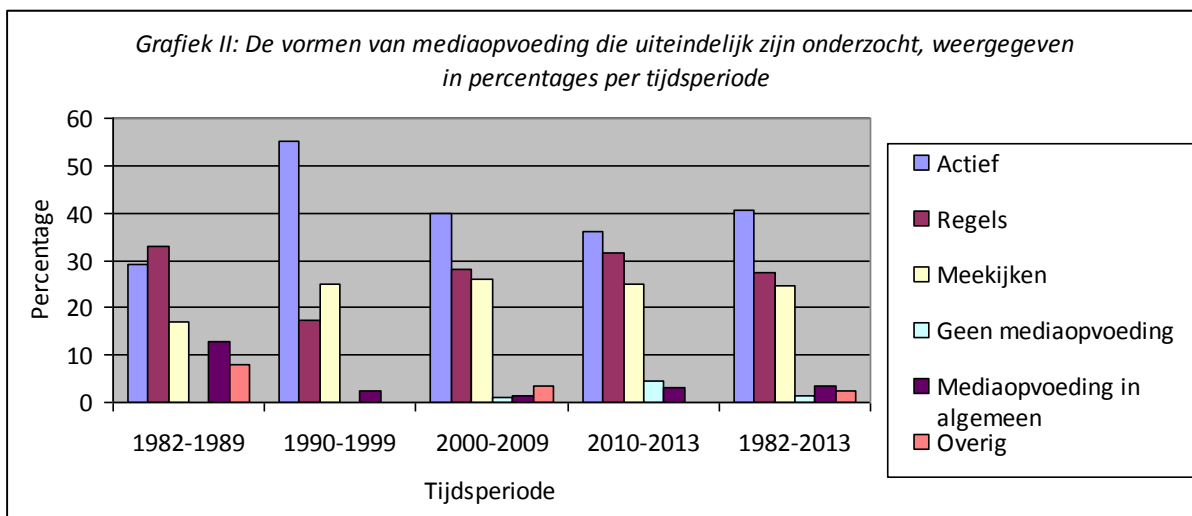
In de grafiek is ook te zien dat de hoogte van de staven steeds meer gelijk wordt. In het begin werd vooral actieve mediatie genoemd en meekijken het minst. In de laatste tijdsperiode is deze verhouding veel gelijkmatiger.

Onderzoek naar de vormen van mediaopvoeding

Wat direct opvalt bij het doornemen van de data is dat veel van de vormen en gedragingen die in de inleiding zijn genoemd, uiteindelijk niet worden onderzocht, namelijk: *evaluation, communication, comments, descriptions, labels, interaction before, interaction during, interaction after, informal verbal mediation, informing opinions, interpretation, providing facts, instructions, prearming, sharing viewing experience, stimulating, guiding, supporting, involvement, reducing, cocooning, prohibition, permissive, non-restrictive, nonmediators, contextual mediation, guided participation, magic window, social expectations* (ook hier zijn de termen niet vertaald, om dezelfde rede als bij het onderdeel hiervoor). Dat deze uiteindelijk niet zijn onderzocht, kan worden verklaard doordat het voornamelijk kleine onderdelen van een grotere vorm zijn. Zo zijn bijvoorbeeld *communication* en *comments* onderdelen van actieve mediatie. Deze onderdelen worden dan niet apart onderzocht, maar in een groter geheel (dus bijvoorbeeld als een enkel item op een schaal van actieve mediatie). Een andere verklaring is dat veel auteurs allerlei vormen van mediaopvoeding omschrijven en uiteindelijk beargumenteren waarom ze zich slechts op één vorm richten voor het onderzoek. In dat geval, als dus duidelijk is dat er geen onderzoek naar een bepaalde vorm is gedaan, zou nog wel meer aandacht voor deze vormen kunnen komen.

Aan de andere kant zijn er uiteindelijk ook vormen onderzocht die niet in de inleiding of het theoretisch kader van de artikelen zijn genoemd, namelijk: *pro-active, child asks questions, embedded verbal mediation* (onder de groep actieve mediatie), *mediation frequency* (onder de groep mediaopvoeding in het algemeen) en *mediation in non-television context* (onder de groep overig).

Zoals uit vraag twee is gebleken, is actieve mediatie het meest genoemd. Uiteindelijk hebben de meeste onderzoeken zich ook daadwerkelijk gericht op deze vorm (grafiek II). Over het algemeen geldt dit voor alle tijdvakken, met uitzondering van de eerste. Hier is net iets meer onderzoek gedaan naar regels. Regels zijn na actief het meest onderzocht, gevolgd door meekijken. Dit correspondeert ook met vraag twee: hoe meer de vormen zijn genoemd, hoe vaker hier onderzoek naar is gedaan. Ook de trend van grafiek I komt in grote lijnen overeen met onderstaande grafiek. De hoogtes van de staven komen namelijk steeds meer op gelijke hoogte te liggen. De verschillende vormen van mediaopvoeding hebben in de loop der tijd steeds meer gelijke aandacht gekregen.



Verwijzingen naar andere auteurs

Bij dit onderdeel gaat het om letterlijke verwijzingen naar andere auteurs bij de omschrijvingen van de vormen van mediatie. Er zijn onderzoeken waarbij naar veel verschillende auteurs wordt verwezen. Deze verwijzingen hebben dan ook betrekking op bijvoorbeeld de resultaten van eerdere onderzoeken. Die verwijzingen zijn niet meegenomen in deze studie. Het gaat alleen om de algemene omschrijvingen van alle vormen van mediatie.

In precies de helft van de artikelen wordt nadrukkelijk verwezen naar andere auteurs. In tijdvak 1 zijn verwijzingen in 33% van de artikelen. Een relatief laag percentage, maar wat wel voor zich spreekt doordat er in die tijd nog niet veel onderzoeken waren om naar te verwijzen. In de jaren 1990-1991 is er een stijging, in 43% van de artikelen uit die tijd staan verwijzingen. Van de geanalyseerde artikelen uit periode drie baseert 62,5% van de auteurs zich op andere auteurs. Opmerkelijk is dat in de laatste jaren, 2010-2013, een daling heeft plaats gevonden naar 50%. Terwijl er juist in die tijd ontzettend veel onderzoeken zijn om als uitgangspunt of basis te gebruiken.

De andere helft van de artikelen baseert zich dus niet op eerdere onderzoeken. Het kan zijn dat de auteur de vormen als vanzelfsprekend beschouwt en daarom niet specifiek meer verwijst naar andere auteurs. Het kan er ook mee te maken hebben dat er bewust is gekozen voor een andere vorm of benaming van mediaopvoeding dan de al bestaande vormen. Het zou de verdeeldheid kunnen verklaren in de verschillende benamingen die zijn aangetroffen bij de vragen twee en drie.

Het is interessant om te kijken naar de auteurs die veelal als voorbeeld worden gebruikt. Het artikel van Valkenburg, Krcmar, Peeters, en Marseille (1999) wordt het meest als uitgangspunt gebruikt, namelijk twintig keer, gevolgd door Nathanson (negen keer naar haar onderzoek uit 2001 en zes keer naar haar onderzoek uit 1999). Acht keer wordt verwezen naar Bybee et al. (1982), zes keer naar Austin, Bolls, Fujioka, en Engelbertson (1999) en vier keer naar Austin en Pinkleton (2001). Hieruit kan worden geconcludeerd dat deze auteurs als voorbeelden worden gezien. Bij Bybee et al. kan dat worden verklaard doordat hun onderzoek als een van de eerste grootschalige en grondige onderzoeken van mediaopvoeding wordt gezien (zoals ook uitgelegd in hoofdstuk 2). Dan is het niet verwonderlijk dat hier naar wordt verwezen. En Valkenburg et al. hadden als doel om een schaal te ontwikkelen voor mediaopvoeding. Een schaal die veel toepasbaar zou zijn en waar dan ook door andere auteurs gebruik van wordt gemaakt. Nathanson heeft veel experimenteel onderzoek verricht, waardoor voor dat soort onderzoeken wellicht veel naar haar wordt verwezen. Een andere verklaring is dat er meerdere artikelen van Nathanson zijn opgenomen in de dataset. Het komt dan vaak voor dat ze in haar werk naar eerdere eigen werken van zichzelf verwijst. Hetzelfde geldt voor Austin.

Naar de overige auteurs wordt slechts één of twee keer verwezen: Anderson, Gentile, & Buckley (2007), Aronfreed (1969, 1976), Abelman (1992), Austin (1993), Austin en

Johnson, (1997), Borzekoswki en Robinson (2007), Buerkel-Rothfuss en Buerkel (2001), Buijzen en Valkenburg (2005), Desmond, Hirsch, Singer, en Singer (1987), Desmond, Singer, en Singer (1990), Desmond, Singer, Singer, Calam, en Colimore (1985), Gentile, Lynch, Linder, en Walsh (2004), Hoffman (1970, 1975), Laible en Song (2006), Messaris (1982), Nathanson (1998), Nathanson en Yang (2003), Rothschild (1987), Warren (2002, 2003, 2005).

Conclusie theoretische verwerking van mediaopvoeding in de onderzochte artikelen

De eerste vraag heeft aangetoond dat de definities, voor zover die zijn gegeven, onderling sterk verschillen en dat het ontbreekt aan een duidelijke invalshoek en omschrijving van wat mediaopvoeding nu precies is. Er zijn ook veel verschillende benamingen en vormen van mediaopvoeding. De meeste zijn, zoals grafiek I laat zien, wel onder te verdelen in de drie groepen uit het theoretisch kader: actieve mediatie, restrictieve mediatie en meekijken. Slechts enkele vormen zijn hier niet onder te verdelen. Dit geeft aan dat er een duidelijke indeling van de vormen is. Dit kan wel worden tegengesproken door de vele verschillende benamingen die er zijn. Actieve mediatie wordt ook wel instructieve of evaluatieve mediatie genoemd. Veel van de auteurs zijn zich hier van bewust en noemen dat ook in hun werken. Opvallend is dus wel dat er niet een eenduidige benaming is voor de vormen van mediaopvoeding. Dit zou kunnen samenhangen met het gebrek aan een definitie van mediaopvoeding in het algemeen. Als daar al geen duidelijke omschrijving van is, is het ook moeilijk om de vormen ervan duidelijk te definiëren.

Uit vraag drie is gebleken dat het meeste onderzoek is gedaan naar actieve mediatie. Dit komt overeen met de opmerking van Fisher (2009, p. 124), die beweert dat actief tot op heden de meeste onderzoeks aandacht heeft gehad. Maar bijbehorende grafiek toont aan dat in de loop der tijd restrictieve mediatie en meekijken meer zijn onderzocht. Er zou daarentegen wel meer onderzoek kunnen komen gericht op 'geen mediaopvoeding'. Hoe verhoudt dit zich bijvoorbeeld tot de andere vormen van mediaopvoeding? Wat zijn hiervan precies de effecten? Wat het bemoeilijkt om uitspraken te doen over mediaopvoeding is de zelfstandigheid van de onderzoeken. Slechts de helft van de auteurs verwijzen met de vormen en benamingen van mediaopvoeding naar eerdere onderzoeken. In hoeverre kunnen uitspraken worden gedaan over mediaopvoeding in het geheel als de onderzoeken los op zichzelf staan?

4.1.2. Onderzoeksonderwerp en eigenschappen van de respondenten

Onderzoeksvragen en hypotheses

Bij de analyse van 96 artikelen voor deze studie zijn ontzettend veel verschillende soorten onderzoeksvragen gevonden. Om een overzicht van de onderzoeksvragen te krijgen, is de indeling van Valkenburg et al. (1999, pp. 52-53) gehanteerd. Zij maken onderscheid in drie soorten onderzoeken naar mediaopvoeding. Er zijn studies die zich richten op hoe vaak bepaalde vormen worden toegepast door ouders. Dus hoe vaak kijken ouders mee met hun kind? Hoe vaak gebruiken ze regels met betrekking tot het televisie kijken van hun kind? Deze groep heet *occurrence*, ofwel, de prevalentie van de mediatie. De tweede groep richt zich op verklarende factoren. Deze 'voorspellende' onderzoeken kijken naar bepaalde factoren die samenhangen met een bepaalde vorm van mediaopvoeding. Zo zijn er studies die hebben uitgewezen dat moeders vaker regels met betrekking tot televisie hanteren dan ouders. En hoogopgeleiden hebben ook weer vaker regels dan lageropgeleiden. Het zijn de variabelen die zijn omschreven in paragraaf 2.4. De onderzoeken uit de derde groep richten zich op de effecten van mediaopvoeding.

De meeste artikelen van deze studie zijn onder te verdelen in een van deze drie groepen. Er zijn echter ook studies die hier niet in passen. Zo is een paar keer onderzocht hoe ouders en kinderen denken en rapporteren over de mediatie. Daarom is besloten om een vierde groep te maken, genaamd perceptie. Dan blijven er nog maar enkele onderzoeken over die niet in een van de vier groepen zijn in te delen. Deze worden daarom samengevoegd in een groep genaamd overig.

Bij het beantwoorden van deze vraag is geen rekening gehouden met de verschillende tijdsperiodes. De kern van deze studie is om te achterhalen hoe eerdere onderzoeken naar mediaopvoeding zijn onderzocht. Een onderzoeksvraag of hypothese zegt niets over de methodologie. Maar de onderzoeksvragen en hypotheses zijn van belang om een beeld te krijgen over wat er nu precies is onderzocht. Het heeft voor deze studie alleen geen belang om te kijken naar welke onderzoeksvraag dan in welke periode is onderzocht.

Prevalentie is in 23% van de artikelen onderzocht, voorspelling in 45%, effecten in 47%, perceptie in 9% en 6% is overig. De totalen van de percentages vormen meer dan 100%. Dit komt doordat sommige onderzoeken meerdere onderzoeksvragen of hypotheses bevatten. De voorspellings- en effectenstudies hebben een hoog percentage. Hier is dan ook het meest onderzoek naar gedaan. Waar wel rekening mee moet worden gehouden, is dat

deze cijfers betrekking hebben op alleen de onderzoeksvraag of hypothese. Tijdens het analyseren van de artikelen is in een enkel geval gebleken dat in bijvoorbeeld een studie naar prevalentie alsnog een klein onderdeel van voorspelling is gemeten terwijl dit niet in een onderzoeksvraag of hypothese is vermeldt. Maar over het algemeen geldt dat onderzoeksvraag of hypothese de kern van het onderzoek goed dekt en dat dit dan ook representatief is voor het soort studie (prevalentie, voorspelling, effecten, perceptie of overig). Indien er geen onderzoeksvraag of hypothese werd genoemd, is gekeken naar de kern van het onderzoek wat vaak in de abstract of in de methodologie staat vermeld.

Maar wat is er nu precies onderzocht? Hieronder een overzicht per groep (met uitzondering van de prevalentie. Prevalentie heeft namelijk betrekking op één vraag: Hoe vaak worden de vormen van mediaopvoeding gehanteerd?). Tussen haakjes staat het percentage dat er onderzoek naar is gedaan, berekend over alle 96 artikelen. In Appendix D is een lijst met referenties opgenomen, zodat precies te zien is welke studie zich waar op richt.

- Voorspelling. De volgende variabelen zijn onderzocht met betrekking tot de voorspelling van mediatie: voorspelling in het algemeen/ groot aantal voorspellingen in één studie (17%), socio-demografische factoren (8,5%), houding en betrokkenheid van ouders met betrekking tot televisie en hun eigen mediaconsumptie (8,5%), inkomsten (2%), hoogbegaafde en laagbegaafde en onderpresterende kinderen (2%), Kenmerken ouders (2%), overig (5%).
- Effecten. De effecten van mediaopvoeding op kinderen op de volgende variabelen zijn onderzocht: effecten in het algemeen of meer dan twee effecten (11%), Emoties (angst, woede, agressie)(7%), (realiteits)begrip (4%), seksuele activiteiten (4%), kijktijd (4%), kennis over en gebruik van alcohol en tabak (3%), voeding, lichaamsgewicht en beeld over lichaam (3%), gedrag/houding (2%), cognitieve/psychische ontwikkeling (2%), kennis en betrokkenheid staatszaken (2%), overig (5%).
- Perceptie: Perceptie/rapporten ouders en kind en verschillen onderling (7%), perceptie van ouders (2%).
- Overig: Is de schaal van Bybee et al. of Valkenburg et al. toepasbaar (3%), welke stijlen van mediaopvoeding zijn er (2%), uitdaging mediaopvoeding (1%).

De onderzoeken zijn weliswaar in groepen te verdelen, maar zelfs in die groepen is de verdeeldheid nog groot. Veel variabelen en effecten zijn maar een enkele keer onderzocht, zoals inkomsten, seksuele activiteiten en realiteitsbegrip.

Televisiegenres en mediaopvoeding

In 69% van de artikelen wordt geen onderzoek gedaan naar een specifiek televisiegenre, in 31% wel. Er zijn twee genres die relatief vaak zijn onderzocht: geweld en agressief gedrag in dertien artikelen en seks in acht artikelen. De overige genres zijn slechts één of twee keer onder de loep genomen: *R-Rated movies*, racistische programma's, drama, familieprogramma's, komedie, alcohol, roken, lichaam, stereotypes, nieuws, gewelddadig nieuws. Dit houdt in dat er nog ruimte ligt om hier onderzoek naar te doen.

Ouders en kinderen als respondenten van de onderzoeken

Waar halen de onderzoekers hun resultaten vandaan? Vormen kinderen of ouders het uitgangspunt? Of allebei? 37,5% van de onderzoeken hebben zowel ouders als kind als respondenten gebruikt. In 36,5% van de artikelen staan alleen ouders centraal en in 23% alleen kinderen. De overige drie procent zijn huishoudens/ gezinnen. De meeste onderzoeken richten zich dus op zowel het perspectief van de ouders als het kind. Ouders zijn vaker respondenten dan kinderen. Ouders zijn tenslotte degene die de mediaopvoeding uitvoeren en de regels en mate van discussie en meekijken bepalen. En soms zijn kinderen nog te jong om ze te ondervragen.

Het aantal respondenten per onderzoek verschilt aanzienlijk. Zo bestaat de steekproef soms uit enkele tientallen en soms weer uit duizenden. Toch is er een algemene lijn in te ontdekken, zoals tabel I laat zien. Bij ouders ligt het grootste percentage tussen 0-399 respondenten. Grootschalige onderzoeken vormen nog wel ruimte voor onderzoek. Opmerkelijk is de lege rij bij 600-699 ouders. Geen enkel van de 96 artikelen heeft dit aantal gehanteerd. Bij kinderen ligt het grootste percentage tussen 0-499 respondenten. Hierna lopen de cijfers naar beneden, met ineens een groei naar 25% bij onderzoeken die meer dan 1000 kinderen als respondenten hebben. Geconcludeerd kan worden dat kleine en grote steekproeven vaker worden gehanteerd en gemiddelde steekproeven minder. De 3% onderzoeken waarin huishoudens/ gezinnen centraal stonden, zagen er als volgt uit: één onderzoek richtte zich op drie gezinnen, één op 752 huishoudens en één op 44 families.

Tabel I: Het aantal keren dat ouders of kinderen de respondenten van de onderzoeken waren: een overzicht van de totalen en bijbehorend percentage.

N ouders	Totaal	Percentage		N kinderen	Totaal	Percentage
0-99	8	11,5		0-99	9	15,5
100-199	14	20,0		100-199	13	22,5
200-299	13	19,0		200-299	2	3,5
300-399	12	17,0		300-399	7	12,0
400-499	5	7,0		400-499	5	8,5
500-599	5	7,0		500-599	2	3,5
600-699	-	-		600-699	1	2,0
700-799	3	4,0		700-799	2	3,5
800-899	4	6,0		800-899	3	5,0
900-999	1	1,5		900-999	-	-
>1000	5	7,0		>1000	14	24,0
Totaal	70	100%		Totaal	58	100%

Profiel van de ouders

Het profiel van de ouders kan sterk invloed hebben op de vormen van mediaopvoeding die worden gehanteerd (zie paragraaf 2.4). Zo zouden gezinnen met een laag inkomen meer regels hebben met betrekking tot televisie. En vaders en moeders verschillen ook weer in de uitoefening van mediaopvoeding (Mendoza, 2009, p. 32). Het is daarom belangrijk om te kijken naar de profielen van de ouders in de onderzoeken. Des te opvallender is het dat in 31% van de geanalyseerde artikelen voor deze studie het profiel van de ouders helemaal niet nader wordt verklaard. In de overige 66 artikelen (69%) worden wel kenmerken van de ouders gegeven. Soms gaat het om een hele lijst, soms om slechts een enkel kenmerk, waardoor de transparantie van het onderzoek alsnog te wensen overlaat. Tabel II laat de opvallende kenmerken van de ouders zien in aantallen en percentages. Met opvallende kenmerken wordt bedoeld of het het merendeel van de populatie betreft, waardoor de onderzoeksresultaten meer opgaan voor een bepaalde groep mensen. Opleiding, afkomst en geslacht van de ouders worden veelal genoemd, in tegenstelling tot inkomsten en of de ouders al dan wel of niet een baan hebben. Dit is opmerkelijk, aangezien bijvoorbeeld gezinnen met een laag inkomen meer regels hanteren zoals hierboven vermeld staat. Hier is echter weinig gericht onderzoek naar gedaan. Maar ook naar gezinnen met een hoog inkomen is weinig onderzoek gedaan, zoals blijkt uit de lage percentages in de tabel.

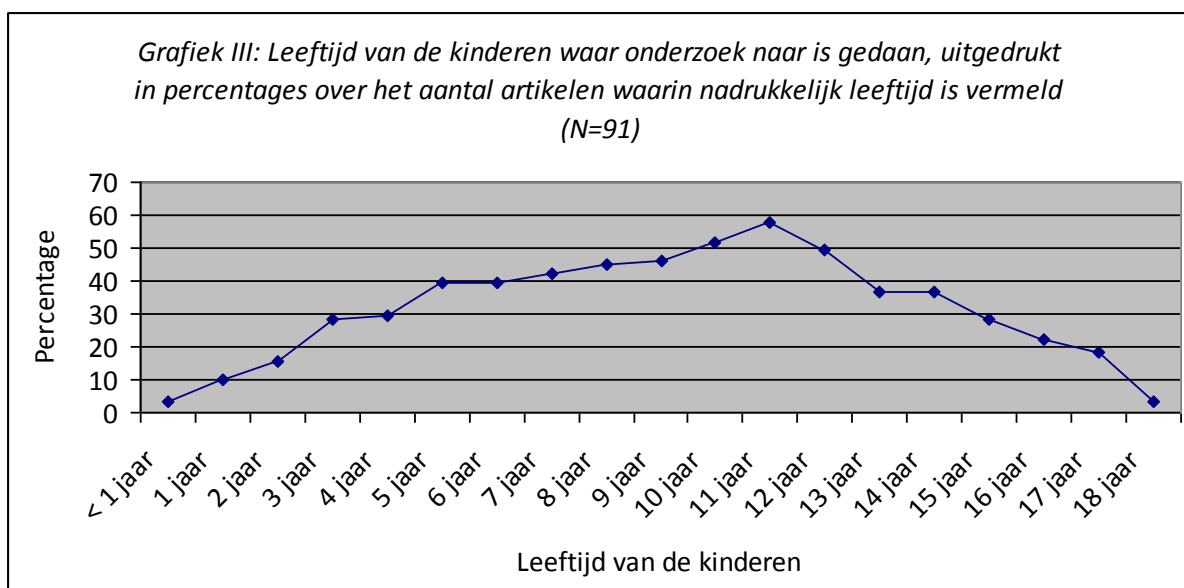
Tabel II: Aantal en percentage artikelen met typering van de onderzochte ouders (uitgedrukt in percentage over het aantal artikelen waarin kenmerken van de ouders worden genoemd. N=66).

	Totaal	Percentage
Geslacht		
Alleen moeders	6	9,0
Merendeel moeders	35	53,0
Merendeel vaders	1	1,5
Merendeel duo's	4	6,0
Geslacht (redelijk) gelijk	4	6,0
Opleiding		
Merendeel basisopleiding	1	1,5
Helft college, helft niet	1	1,5
< High school	2	3,0
Merendeel high school	4	6,0
Merendeel some college degree	12	18,0
Merendeel 4 year degree	1	1,5
Aanzienlijk deel post-graduate	1	1,5
Hoogopgeleid/ academici	8	12,0
Afkomst		
Immigranten	1	1,5
Merendeel Caucasian	12	18,0
Merendeel African-American	1	1,5
Merendeel European American	1	1,5
Merendeel Hispanic	1	1,5
Merendeel blank	9	13,5
Evenveel zwart – blank	3	4,5
Werk en klasse		
Merendeel werkloos	1	1,5
Merendeel moeders werkt	2	3,0
Merendeel vaders werkt	1	1,5
Lagere economische klasse	1	1,5
Midden-upperclass	5	7,5
Inkomsten		
Laag inkomen	1	1,5
Hoog inkomen	1	1,5
Helft verdient veel, helft weinig	1	1,5
Inkomen 30.000 – 40.000	1	1,5

Inkomen 35.000 – 50.000	-	
Inkomen 40.000 – 59.000	1	1,5
Inkomen < 50.000	2	3,0
Inkomen > 50.000	7	10,5
Inkomen > 75.000	1	1,5
Burgerlijke staat		
Merendeel getrouwd/samen	12	18,0
Aanzienlijk deel alleen	1	1,5
Overig		
Helft dorps	1	1,5
Doorsnee	1	1,5
Merendeel analfabeet	1	1,5

Leeftijd van de kinderen waar onderzoek naar is gedaan

Leeftijd kan veel invloed hebben op de vormen van mediaopvoeding die ouders gebruiken. Voor jongere kinderen is een bepaalde vorm weer effectiever dan bij oudere. Zo is bijvoorbeeld aangetoond dat bij jongere kinderen meer regels worden gehanteerd dan bij de oudere kinderen (Mendoza, 2009, p.32). Daarom is het van belang om ook te kijken naar de leeftijden van de kinderen waar onderzoek naar is gedaan. In twee van de artikelen staat geen leeftijd vermeld en in drie onderzoeken wordt over adolescenten gesproken, waardoor de precieze leeftijd van deze respondenten in het ongewisse blijft. Vijf onderzoeken zijn retrospectief. Dit betekent dat er aan oudere respondenten wordt gevraagd om terug te kijken naar hun kindertijd. De leeftijd waar ze naar terug kijken is opgenomen in de data. Zo is van in totaal 91 artikelen de leeftijd of de klas van de kinderen bekend. Om dit allemaal op te kunnen nemen in één grafiek, zijn de klassen omgezet naar leeftijden (2^e klas= 7 jaar, 3^e klas= 8 jaar etc.). Grafiek III laat een overzicht van de leeftijden zien. De lijn heeft één grote piek, namelijk bij 11-12 jaar. Hier is het meeste onderzoek naar gedaan. Bij de allerjongste en –oudste kinderen loopt de lijn laag, waardoor hier duidelijk nog ruimte ligt voor onderzoek.



Profiel van de kinderen

Net als het profiel van de ouders, kan het profiel van de kinderen ook de vormen en uitoefening van mediaopvoeding beïnvloeden. Zo worden bijvoorbeeld bij meisjes meer regels gehanteerd dan bij jongens (Mendoza, 2009, p. 32). Toch staat in 22 artikelen (23%) geen informatie hierover. In de 74 artikelen waar dit wel wordt gegeven, vermeldt 80% of het onderzoek uit merendeel jongens of meisjes bestaat of dat dit aantal redelijk gelijk is. Dit is een relatief hoog aantal en dat verschaft ook duidelijk inzicht in de onderzoeken. Overige kenmerken worden echter nauwelijks genoemd, zoals uit tabel III blijkt. De percentages bij economische klasse, educatie, afkomst en overig liggen erg laag. Uit de onderzoeken die zijn bestudeerd voor deze thesis, is daarover dus vrijwel geen informatie terug te vinden.

Tabel III: Aantal en percentage artikelen met typering van de onderzochte kinderen (uitgedrukt in percentage over het aantal artikelen waarin kenmerken van de kinderen worden genoemd. N=74).

	Totaal	Percentage
Geslacht		
Merendeel jongens	6	8,0
Merendeel meisjes	9	12,0
Geslacht gelijk	44	59,5
Geslacht niet genoemd	15	20,5
Educatie		
Hoogbegaafd/intellectueel	4	5,5

Gemiddeld begaafd/niveau	3	4,0
Laag begaafd/moeilijk leren	3	4,0
Hoge cijfers	2	2,5
Afkomst		
Merendeel Caucasian	3	4,0
Merendeel Hispanic	1	1,5
Merendeel non-Hispanic	2	2,5
Merendeel African-American	2	2,5
Merendeel European-American	1	1,5
Merendeel blank	9	12,0
Economische/ sociale klasse		
Lagere klasse	1	1,5
Middenklasse	2	2,5
Middle-upperclass	1	1,5
Overig		
Stad vs. Platteland	1	1,5
Ouders nog samen	1	1,5

Herkomst van de respondenten

Het merendeel van de onderzoeken is uitgevoerd in de Verenigde Staten (68 keer = 71%). Nederland komt in deze studie als tweede het meest voor, met zeven artikelen die in het land zijn uitgevoerd. België en het Verenigd Koninkrijk volgen met drie en China, Finland, India en Spanje volgen met twee. De volgende landen zijn komen slechts één keer voor: Japan, Zweden, Zwitserland, Zuid-Korea, Slowakije, Griekenland, Duitsland, Israël en Turkije. Het totale aantal ligt iets hoger dan 96, omdat in sommige artikelen een vergelijking tussen twee landen centraal stond. Het is moeilijk om te zeggen dat er meer onderzoek nodig is in de landen die slechts enkele keren voor komen. Dit komt doordat voor deze studie alleen Engelstalige studies zijn gebruikt. Wellicht dat in de eigen taal wel veel onderzoeken zijn gepubliceerd. Maar de uitkomsten van deze vraag zijn wel van belang om deze studie in een perspectief te plaatsen. Bijna driekwart van de gegevens is op de Verenigde Staten gebaseerd, dus er moet wel met voorzichtigheid algemene conclusies getrokken worden.

Conclusie onderzoeksonderwerp en eigenschappen van de respondenten

Deze subparagraaf is ingegaan op de achtergrondinformatie van het onderzoek. De hoofdvragen en hypothesen van de onderzoeken richten zich op veel verschillende aspecten van mediaopvoeding. Opvallend is dat het aantal keer dat eenzelfde aspect is onderzocht laag is. Hierdoor ontbreekt het aan vergelijkende en bevestigende studies en uitkomsten. Datzelfde geldt voor bepaalde televisiegenres. Geweld/ agressief gedrag en seks zijn in respectievelijk dertien en acht van de 96 artikelen onderzocht. Maar naar andere genres zoals drama's en komedies is nog weinig onderzoek gedaan. Hierbij ontbreekt het dan ook aan vergelijkende studies om tot een bevestiging van de uitkomsten te komen.

Als wordt gekeken naar de eigenschappen van de respondenten, blijkt dat er nog veel onduidelijk is. Bijna eenderde van de artikelen geeft geen informatie over de ouders, terwijl dit wel invloed kan hebben op mediaopvoeding. Dit maakt de resultaten van die onderzoeken minder inzichtelijk en informatief. Op welke ouders zijn de resultaten namelijk wel of niet toepasbaar? Voor welke ouders gaat het op en welke niet? Hetzelfde geldt voor kinderen. De meeste onderzoeken vermelden duidelijk hoeveel jongens en meisjes onderdeel van de studie zijn. Maar bij de overige variabelen liggen de percentages veelal laag. In hoeverre is er al dan wel of niet een correlatie tussen bepaalde variabelen en de uitoefening van mediaopvoeding? Iets waar nog wel meer onderzoek naar gedaan kan worden. Uitzondering hierop is leeftijd, want in 91 van de 96 artikelen staat leeftijd of klas vermeldt. Hiermee maken de onderzoekers inzichtelijk voor welke leeftijd hun uitkomsten opgaan. Bijbehorende grafiek maakt bovendien duidelijk dat vooral veel onderzoek is gedaan naar kinderen tussen de 5 en 14 jaar. Meer ruimte ligt nog bij jongere en oudere kinderen.

4.1.3. Methodologie van de onderzoeken

Onderzoeksdesign

Bij dit onderwerp wordt onderzocht of het onderzoek eenmalig is uitgevoerd (cross-sectioneel) of op meerdere momenten (longitudinaal), of het een experiment betreft, of dat op een andere manier gegevens zijn verzameld. Bij deze vraag wordt gekeken naar de verschillende tijdsperiodes, omdat aangenomen kan worden dat in eerdere periodes meer verkennende studies zijn uitgevoerd. In het begin is er minder over bekend, waardoor een diepgaandere studie, zoals longitudinaal, minder haalbaar is.

Tabel IV laat zien hoe vaak de manieren voor komen per periode. De studies uit de eerste tijdsperiode zijn, precies zoals verwacht, allemaal cross-sectioneel. De daaropvolgende periodes tonen allemaal meer variatie. In tijdsperiode twee is een relatief grote stijging te zien naar longitudinaal onderzoek. Daarna volgt een daling, gevolgd door weer een stijging in de laatste periode. Bij de experimenten loopt deze lijn precies tegenovergesteld, met een enorme piek in de periode 2000-2009. Het experimentele en diepere onderzoek neemt dus wel toe in de tijd, maar blijft relatief laag als wordt gekeken naar de totale percentages (11,5% bij zowel longitudinaal als een experiment).

Tabel IV: Soorten onderzoeken in percentages per tijdsperiode.

	1982-1989 (N=9)	1990-1999 (N=14)	2000-2009 (N=45)	2010-2013 (N=28)	1982-2013 (N=96)
Cross-sectioneel	100	64,5	80,0	68,0	76,0
Longitudinaal	-	28,5	2,25	21,5	11,5
Experiment	-	7,0	15,5	10,5	11,5
Anders, namelijk: workshop	-	-	2,25	-	1,0

De longitudinale studies kenmerken zich door uiteenlopende aantallen *waves* en tijdsperiodes die tussen de dataverzameling zit. Van de elf longitudinale onderzoeken worden zeven gevormd door twee *waves*, en twee onderzoeken door drie *waves*. Bij één onderzoek is vijf weken lang een dagboek bijgehouden en in een andere studie is drie jaar lang het resultaat per week gemeten. Het aantal *waves* ligt dus vrij laag. Hoe meer *waves* over een bepaalde tijd, hoe meer en nauwkeuriger een trend gemeten kan worden. Want ook uit de tijd die tussen de *waves* zit, blijkt dat er geen extreem lange periode wordt gemeten: bij één studie zit er maar twee tot drie weken tussen en bij vijf studies is het tijdbestek (minder dan) een jaar. Slechts twee onderzoeken richtten zich op een langere periode, met vier en zes jaar tussen de dataverzameling.

Meetinstrumenten van de onderzoeken

Net als de vorige vraag zijn de resultaten van deze vraag ook in tijdsperiodes weergegeven. Want ook hier geldt dat in de eerste periodes naar verwachting meer verkennende data is

verzameld (schriftelijke enquêtes en *face-to-face* interviews) en later pas meer diepgaand (zoals observaties). Uit tabel V blijkt dat deze verwachtingen deels kloppen. In de eerste twee periodes is inderdaad meer verkennende data verzameld, maar toch ook al wat meer onderzoekend, zoals een observatie en ‘anders’. In de latere twee periodes neemt dit aantal niet toe. Terwijl aangenomen kan worden dat juist in moderne tijden de mogelijkheden groter zijn door zowel nieuwere technologieën als door creatief gebruik van reeds bestaande data en onderzoek.

Tabel V: De soorten data van de onderzoeken in percentages per tijdsperiode (de percentages kunnen per periode meer dan 100% vormen, doordat in sommige onderzoeken op meerdere manieren data is verzameld).

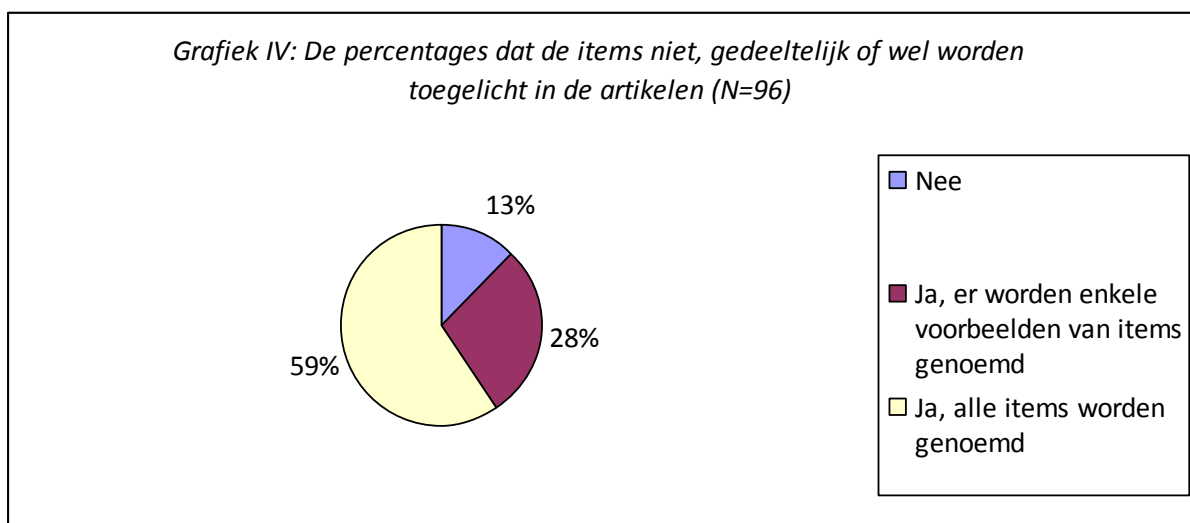
	1982-1989 (N=9)	1990-1999 (N=14)	2000-2009 (N=45)	2010-2013 (N=28)	1982-2013 (N=96)
Schriftelijke enquête	78,0	50,0	75,5	75,0	72,0
Online enquête	-	-	6,5	10,5	6,25
Telefonische enquête	-	35,5	13,5	14,5	15,5
Telefonische open interviews		-	-	-	1,0
Face-to-face open interviews	11,0	7,0	4,5	10,5	7,5
Observaties	11,0	-	-	3,5	2,0
Anders	-	21,5	2,0	10,5	7,5

De tabel laat verder zien dat een enquête de meest gebruikte manier is om mediaopvoeding te onderzoeken. De schriftelijke, online en telefonische enquêtes zijn bij 90% van de onderzoeken toegepast. De acht interviews die zijn afgenomen, vormen slechts 8%. In zeven artikelen zijn dus andere methodes gehanteerd. Dit zijn de volgende methodes, met het totale aantal tussen haakjes weergegeven: dagboek (5), enquête, manier van afname niet bekend (3), labels experimenteur (3), vragen en stellingen experimenteur (1), *scène-by-scène* analyse (1), kinderen vragen stellen na kijken geweld (1), kastje op tv die kijktijd kan meten en waarbij ouders bijhouden hoe vaak van die tijd ze meekijken (1).

Individuele items per vorm van mediaopvoeding

Om goed te begrijpen hoe mediaopvoeding is onderzocht, is het belangrijk dat in de artikelen vermeld staat wat er nu precies gemeten is, dus welke items zijn gebruikt. Grafiek III laat zien dat in de meeste artikelen ook alle items daadwerkelijk worden genoemd. Toch is het aantal

keer dat er enkele voorbeelden worden genoemd nog redelijk hoog met 28%, net als de 13% dat geen enkel item wordt genoemd. De artikelen waarin geen enkel item wordt genoemd, zijn vaak ook de afwijkende onderzoeksmethoden, zoals experimenten, observaties en interviews. Bij enquêtes zijn er namelijk concretere items aanwezig in een vragenlijst. Maar er zouden alsnog bij de andere methoden soorten items genoemd kunnen worden, zodat duidelijk wordt wat er dan precies is geobserveerd, of waar precies naar gevraagd is in een interview. Toch waren er wel enkele onderzoeken die bestonden uit enquêtes waar ook geen enkel item is genoemd. Hierdoor is het niet duidelijk hoe het onderzoek is uitgevoerd en hoe de data is verzameld. Het verlaagt de transparantie van de onderzoeken.



Schaalconstructie

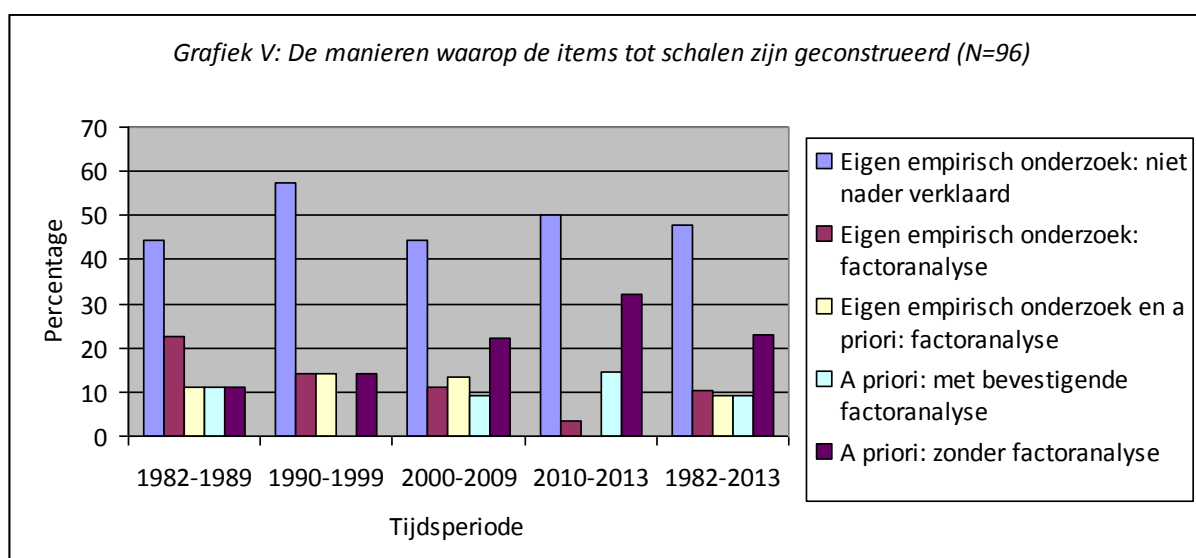
In de artikelen zijn in totaal vijf manieren aangetroffen waarop de items tot schalen zijn geconstrueerd. Deze staan hieronder uitgelegd. De eerste twee manieren hebben betrekking op eigen empirisch onderzoek van de auteur. De manieren onder de punten drie en vier zijn a priori. De laatste manier is een combinatie van eigen empirisch onderzoek en a priori onderzoek:

1. Eigen empirisch onderzoek: niet nader verklaard. Deze onderzoeken verklaren niet waar de schalen op zijn gebaseerd. Onder deze groep vallen ook de onderzoeken die geen enkele schaal of item noemen en de onderzoeken die bijvoorbeeld observaties en experimenten hebben gebruikt, waar minder snel schalen worden toegepast.

2. Eigen empirisch onderzoek: factoranalyse. Bij deze methode heeft de auteur zelf items bedacht en geconstrueerd tot schalen. Om de waarde en betrouwbaarheid ervan te meten is een factoranalyse uitgevoerd.
3. A priori: zonder factoranalyse. Dit zijn de onderzoeken die schalen en items van eerdere onderzoeken letterlijk overnemen zonder deze aan te passen en te toetsen.
4. A priori: met bevestigende factoranalyse. Soms worden schalen van eerder uitgevoerde onderzoeken overgenomen en voor de waarde en betrouwbaarheid alsnog onderworpen aan een factoranalyse.
5. Eigen empirisch onderzoek en a priori: factoranalyse. Onder deze groep vallen de onderzoeken die gebruik maken van eerder gebruikte schalen, maar waar kleine aanpassingen zijn gedaan of een aantal eigen items nog zijn toegevoegd.

Grafiek V laat zien dat voor alle periodes geldt dat de meeste onderzoeken niet verklaren waar de items en schalen op zijn gebaseerd. Er wordt geen methodologisch inzicht gegeven, wat de transparantie en betrouwbaarheid van deze onderzoeken ten nadele komt. De grafiek laat zien dat er veel eigen empirisch onderzoek is uitgevoerd. Dit bevestigt dat er ontzettend veel eigen onderzoeken zijn uitgevoerd naar mediaopvoeding en televisie zonder eerder onderzoek als basis te gebruiken.

Voor alle periodes gaat op dat als tweede het meest a priori onderzoek is uitgevoerd zonder een bevestigende factoranalyse. De schalen worden niet getoetst en nader verklaard, maar er wordt in ieder geval wel verwezen naar eerder onderzoek. De overige drie groepen liggen in alle tijdsperiodes dicht bij elkaar. Er zijn geen uitschieters te zien.



Van de veertig artikelen uit de drie a priori groepen (eigen empirisch onderzoek en a priori, a priori met bevestigende factoranalyse, a priori zonder factoranalyse), is veruit het meest gebruik gemaakt van het werk van Valkenburg et al. (1999), namelijk 13 keer. De schalen en items van Bybee et al. (1982) zijn vervolgens het meest gebruikt met zeven keer. Nathanson (1999) staat op drie met vijf keer. Dit komt overeen met vraag vier, waar deze auteurs ook het meest werden genoemd.

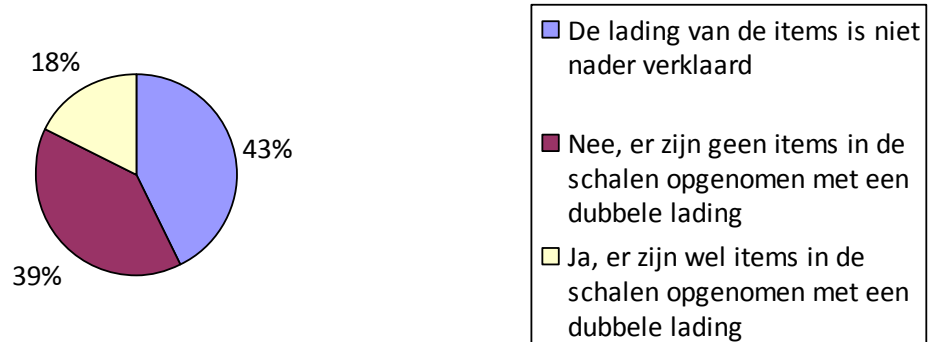
Zowel Abelman en Pettey (1989) en Austin en Pinkleton (2001) zijn drie maal overgenomen. De werken van Austin (1993) en Austin et al. (1999) zijn beide twee keer gebruikt. De volgende auteurs/ onderzoeken zijn slechts één keer als basis genomen: The Activity Support Scale, Healthy Passages Study, Mathematica Policy Research (2004), WestEd (2004), Anderson et al. (2007), Atkin (1993, 1995), Carlson en Grossbart (1988), Gentile et al. (2004), Greenberg, Brown, en Buerkel-Rothfuss (1993), Hoffman en Salzstein (1967), Korzenny, Greenberg, en Atkin (1979), McLeod, Eveland, en Nathanson (1997), Nathanson (1998), Nikken en Jansz, (2006), Padilla-Walker en Thompson (2005), Rothschild (1987), Vryzas (1997), Warren (2002).

Items met dubbele hoge lading

In totaal zijn 28 onderzoeken uitgevoerd aan de hand van een factoranalyse. Grafiek VI laat zien dat 43% van deze 28 artikelen vervolgens geen uitleg geeft over de lading van de items. Zijn er dan uiteindelijk wel of niet items opgenomen die meerdere factoren laden?

Wederom blijft er veel onduidelijk over de exacte uitvoering van het onderzoek. In 18% van de onderzoeken zijn na het uitvoeren van de factoranalyse een of meer items naar voren gekomen die meerdere factoren dekken en deze zijn alsnog in de enquête opgenomen. Bij 39% zijn geen dubbele items naar voren gekomen.

Grafiek VI: Het aantal artikelen van de factoranalyse waar items met een dubbele lading wel of niet zijn opgenomen in de schaal (N=28)



Wat zijn dan precies de items met een hoge dubbele lading die zijn opgenomen?

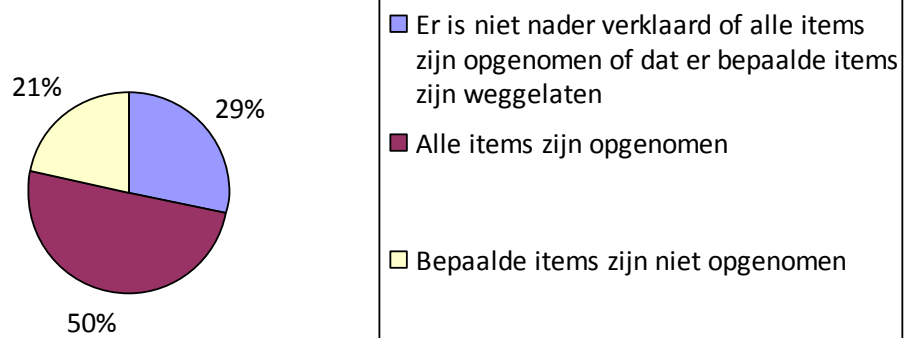
- Bybee et al. (1982): 'motieven tv-karakters bespreken' (evaluatief), 'tv en mensen erop zijn niet echt' (evaluatief), 'kijken van bepaalde programma's stimuleren' (ongericht), 'een programma bespreken wat net is geweest of bijna komt' (ongericht).
- Warren (2002): 'kind helpen met begrijpen wat hij/zij ziet op tv' (instructief).
- Warren (2003): 'programma met kind kijken omdat beide het leuk vinden' (meekijken), 'lachen om tv met kind' (meekijken), 'kind helpen met begrijpen wat hij/zij ziet op tv' (instructief).
- Warren (2001): 'kind helpen met begrijpen wat hij/zij ziet op tv' (instructief).
- Van Der Voort, Nikken & Van Lil (1998): 'programma bespreken tijdens kijken' (evaluatief).

Bij Warren is steeds hetzelfde item met een dubbele lading opgenomen. Als dit item buiten beschouwing wordt gelaten, zijn er nog maar weinig items met een dubbele lading die uiteindelijk zijn opgenomen in de onderzoeken.

Factoranalyse en het opnemen van items op de schaal

Bij deze vraag zijn ook weer de 28 artikelen van de factoranalyse het uitgangspunt. In precies de helft van deze artikelen zijn alle items die zijn meegenomen in de factoranalyse uiteindelijk opgenomen in de enquête (Grafiek VII). In 29% van de artikelen staat dit niet vermeld en in 21% van de artikelen zijn bewust bepaalde items weggelaten op basis van de factoranalyse. Dit kan er mee te maken hebben dat de lading dan te laag is of dat het item juist meerdere factoren dekt.

Grafiek VII: Het wel of niet weglaten van bepaalde items op een schaal na het uitvoeren van de factoranalyse (N=28)



De 21% waar bepaalde items niet zijn opgenomen, staat gelijk aan zes artikelen. Vier van deze artikelen verklaren niet precies welke items dat dan zijn: Dorr, Kovaric, en Doubleday (1989), Nathanson en Botta (2003), Vittrup (2009), Valkenburg et al. (1999). Twee andere onderzoeken geven dit wel aan. Böcking en Böcking (2008) hebben ervoor gekozen om vier items weg te laten. Één item doordat de factor lager laadt dan .40, namelijk 'tv kijken samen met kind'. Het volgende item is uitgesloten door de dubbele lading: 'kind vertellen dat het gedrag van de hoofdpersoon niet oké is'. Twee items zijn uiteindelijk niet opgenomen doordat deze niet te interpreteren zijn op de factor die ze laden: 'kind vertellen bepaalde zinnen en woorden die zijn gehoord op tv niet te gebruiken' en 'programma's met slecht taalgebruik verbieden'.

In het artikel van Van Den Bulck en Van Den Bergh (2000, p. 337) staat nauwkeurig in een lijst vermeld welke vier items uiteindelijk niet zijn gebruikt: 1. Praat je moeder/vader met je over het programma terwijl je kijkt, over het boek terwijl je leest, over het computerspel terwijl je speelt? 2. Praat je moeder/vader met je over het programma wat je net hebt gezien, het boek wat je net hebt gelezen, het computerspel wat je net hebt gespeeld? 3. Praat je moeder/vader met je over het programma dat je zo gaat kijken, het boek dat je zo gaat lezen, of het computerspel wat je straks gaat spelen? 4. Moedigt je moeder/vader je aan om een bepaald programma te kijken, een boek te lezen of een computerspel te spelen? De rede voor het weglaten van deze items is niet nader verklaard.

Cronbach's alpha

De validiteitswaarde Cronbach's alpha meet de betrouwbaarheid van een schaal met meerdere items. Belangrijk is dat alle items op een schaal slechts één concept meten. Over het algemeen geldt dat een schaal met een alpha die hoger ligt dan 0.70 als betrouwbaar wordt gezien. Hoe meer items op een schaal, hoe hoger de validiteitswaarde vaak is (Cortina, 1993, pp. 98, 102-103).

Van alle 96 artikelen, wordt in 46 stuks (48%) de validiteitswaarde gegeven. In 8,5% van de artikelen was dit niet mogelijk door de methodologie (bijvoorbeeld bij een experiment). In 30% is geen nadere verklaring van de validiteitswaarde te vinden en in 13,5% was het berekenen ervan niet mogelijk doordat er slechts één item op de schaal stond.

In tabel VI is per vorm van mediaopvoeding te zien over hoeveel items de validiteitswaarde uit de 46 artikelen is berekend. Hierbij is weer gebruik gemaakt van dezelfde indeling van vormen en benamingen van mediaopvoeding als bij vraag twee. Er is wel een extra groep toegevoegd, namelijk 'alle schalen bij elkaar'. Dit houdt in dat in een artikel de validiteitswaarde is gegeven over het totaal van de schalen.

Tabel VI: Het aantal items waarover de validiteitswaarde is berekend, weergegeven in aantal keren dat het aantal items voor komt per vorm van mediaopvoeding.

	Aantal items									
	Onbekend	2	3	4	5	6	7	8	9	>10
Actief	3	-	11	9	21	5	4	1	2	1
Restrictief	3	2	12	3	17	-	-	-	-	-
Meekijken	4	2	7	1	13	-	-	-	-	-
Mediaopvoeding in het algemeen	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-
Geen mediaopvoeding	-	-	2	1	1	-	-	-	-	-
Overig	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Alle schalen bij elkaar	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Wat direct opvalt, is dat alle vormen van mediaopvoeding het meeste zijn gemeten aan de hand van drie tot vijf items op een schaal. Een meting van meer dan vijf items komt

nauwelijks voor. Er is ook een aantal keer een validiteitswaarde gegeven terwijl het aantal items waarover dit is berekend, niet is genoemd. Hierdoor is het moeilijk om alsnog iets te zeggen over de waarde van deze meting.

Omdat elke waarde in aantal verschilt en om toch een overzicht te krijgen van de betrouwbaarheid van de schalen, is gekeken naar de grens van .70. De percentages per vorm van mediaopvoeding die boven de .70 liggen zijn als volgt: actief 79%, restrictief 86,5%, meekijken 74%, mediaopvoeding in het algemeen 75%, geen mediaopvoeding 50%, overig 100%, alle schalen bij elkaar 100%. De percentages liggen hoog, wat betekent dat veel validiteitswaarden over het algemeen betrouwbaar zijn. Toch zou het de betrouwbaarheid van de onderzoeken vergroten als dit percentage nog hoger zou liggen. Bij bijvoorbeeld meekijken is alsnog een kwart van de schalen minder betrouwbaar door een validiteit onder de .70.

Antwoordcategorieën per vorm van mediaopvoeding

In de onderzoeken zijn ontzettend veel verschillende soorten antwoordopties aangetroffen waar de respondenten uit konden kiezen. Deze kunnen grofweg in de volgende groepen worden verdeeld:

- Algemene frequentie: meet hoe vaak iets voor komt, zoals: 1. vaak 2. soms 3. nauwelijks 4. nooit of 1. bijna nooit – 5. heel vaak.
- Tijdfrequentie: meet ook hoe vaak iets voor komt, maar de antwoordopties bevatten nog specifieke tijdsaanduidingen, zoals: 1. nooit – 8. meer dan vier keer per week, of 1. elke dag 2. meeste dagen 3. wekelijks 4. minder vaak 5. nooit/niet van toepassing.
- Toepasbaarheid: respondenten kunnen aangeven in hoeverre ze het ergens mee eens zijn of in hoeverre het op hun van toepassing is, zoals: 1. zeer mee eens 2. mee eens 3. mee oneens 4. zeer mee oneens of 1. helemaal niet waar – 4. heel erg waar.
- Gericht: deze antwoordcategorie meet een gericht onderdeel van mediaopvoeding. In de antwoordopties komen onderdelen hiervan terug, zoals: 1. nee 2. ja, ik beperk mijn kind hierin 3. ja, mijn kind mag dat niet kijken.
- Met wie: Met deze antwoordopties kunnen respondenten aangeven met wie ze een bepaalde activiteit doen of met wie ze allemaal meekijken (deze antwoordgroep heeft namelijk vooral betrekking op meekijken). Er kan dan ingevuld worden met wie het

kind bijvoorbeeld televisie heeft gekeken: 1. met moeder 2. met vader 3. met beide ouders 4. met geen van de ouders.

- Striktheid: Deze groep antwoordopties wordt gehanteerd om te weten hoe strikt bepaalde regels of handelingen worden nageleefd. Antwoorden hierbij kunnen zijn: 1. helemaal niet strikt - 5. zeer strikt.
- Ja/nee: Vragen kunnen slechts met ja of nee worden beantwoord.

Belangrijk is om ook te kijken naar het aantal antwoordmogelijkheden die er zijn. Want hoe meer antwoordmogelijkheden, hoe nauwkeuriger en gedetailleerder de antwoorden vaak zijn. Daarom is een onderscheid gemaakt in vier of minder opties en vijf of meer opties. Zie tabel VII.

Tabel VII: De soorten antwoordcategorieën en de percentages waarin ze voorkomen per vorm van mediaopvoeding.

	Actief (N=65)	Restrictief (N=54)	Meekijken (N=37)	Media- opvoeding algemeen (N=5)	Geen media- opvoeding (N=2)	Overig (N=1)	Totaal
Algemene frequentie <4	46,0	37,0	46,0	40,0	-	-	42,0
Algemene frequentie >5	37,0	18,5	29,75	40,0	50,0	-	29,5
Tijd- frequentie <4	-	2,0	-	-	-	-	0,5
Tijd- frequentie >5	3,0	2,0	10,75	-	-	-	4,25
Toepasbaarheid <4	8,0	13,0	8,0	-	50,0	-	9,75
Toepasbaarheid >5	6,0	3,75	-	20,0	-	100,0	5,0
Gericht <4	-	9,0	-	-	-	-	3,0
Gericht >5	-	-	-	-	-	-	-
Met wie <4	-	-	5,5	-	-	-	1,25
Met wie >5	-	-	-	-	-	-	-
Striktheid <4	-	-	-	-	-	-	-
Striktheid >5	-	3,75	-	-	-	-	1,25
Ja/Nee	-	11,0	-	-	-	-	3,5

Uit de tabel is af te leiden dat de respondenten in de meeste onderzoeken konden kiezen uit vier antwoordopties of minder. Enquêtes van vervolgonderzoeken zouden zich dus kunnen onderscheiden door meer antwoordopties te formuleren. Bij de soorten antwoordopties is te zien dat restrictief afwijkt van de andere vormen. Waar de andere vormen van mediaopvoeding vooral worden gemeten door algemene frequentie, wordt restrictief veelal onderzocht aan de hand van toepasbaarheid, gerichtheid en ja of nee. Waarom wordt dit veelal bij restrictief gehanteerd en niet bij de andere vormen? De data voorziet niet in deze informatie, maar het maakt in ieder geval wel duidelijk dat er een aanzienlijk onderscheid is in antwoordopties per vorm van mediaopvoeding.

Conclusie methodologie van de onderzoeken

De vragen 12 en 13 laten zien dat vooral cross-sectioneel onderzoek is uitgevoerd, veelal aan de hand van enquêtes. Dit plaatst de uitkomsten van de literatuurstudie in een perspectief. De intensievere en meer tijdrovende methodes als longitudinale studie en het afnemen van interviews zijn veruit in de minderheid en laten ruimte over voor toekomstig onderzoek.

De transparantie van de studies wat betreft de items is tweezijdig. In slechts 13% worden de items niet genoemd. Daarentegen toont vraag 15 aan dat in bijna de helft van de artikelen niet staat vermeld waar de items vandaan zijn gehaald of waar ze op zijn gebaseerd. De helft van de onderzoeken waarin een factoranalyse is uitgevoerd gaat niet in op de lading van de items. In dit proces zou meer inzicht moeten komen, want de betrouwbaarheid van de uitkomsten van de studies gaat hierdoor omlaag. Dit gaat ook op voor de validiteit, want in 30% van de artikelen staat niets nader verklaard over de validiteitswaarde. Positief is wel dat in 48% de validiteit wel wordt gegeven en de waarde bij het merendeel boven de .70 ligt.

De vraag met betrekking tot de antwoordcategorieën toont welke soorten antwoordcategorieën er zijn en welke het meeste zijn gehanteerd in de onderzoeken. Opvallend is dat er vormen zijn waar een bepaalde categorie boven gemiddeld scoort. Dit zou aan kunnen duiden dat bepaalde vormen het beste met een bepaalde categorie gemeten kunnen worden.

4.1.4 Uitkomsten van de onderzoeken

Om een duidelijk overzicht te krijgen van de uitkomsten, is bij het beantwoorden van deze vraag weer de indeling gehanteerd van vraag vier (prevalentie, voorspelling en effecten. De uitkomsten van de groepen perceptie en overig zijn weg gelaten. Hier is weinig onderzoek naar gedaan, waardoor moeilijk vergelijkingen kunnen worden gemaakt).

De mate waarin de vormen van mediaopvoeding voor komen, dus de prevalentie, verschilt aanzienlijk. Zie tabel VIII. Er is geen duidelijk antwoord uit de tabel te halen over welke vorm het meest of minst wordt gehanteerd.

Tabel VIII: De prevalentie van de drie vormen van mediaopvoeding.

	Komt meest voor	Als tweede meest voor	Komt minst voor
Actief	1	4	2
Restrictief	3	1	1
Meekijken	6	1	4

Bij meekijken is in vier onderzoeken vermeld dat het meer als toevalligheid is gebruikt.

Ouders kijken dan meer mee omdat ze het programma zelf ook leuk vinden in plaats van dat ze het doen om hun kind te begeleiden bij het mediagebruik. Dit maakt de onderzoeken met betrekking tot meekijken minder inzichtelijk, want met welke opvatting in hun achterhoofd hebben respondenten bijvoorbeeld enquêtes beantwoord? Wat verstonden zij onder meekijken bij het beantwoorden van vragen hierover?

Verder melden veel onderzoeken niet precies welke vorm het meest of minst gebruikt wordt, maar wordt juist aangegeven of het merendeel van de respondenten een bepaalde vorm gebruikt. Zo worden de volgende aspecten allemaal één keer genoemd: merendeel restricties, merendeel meekijken, merendeel actief, merendeel regels tijd, merendeel regels inhoud, merendeel discussie, discussie komt minder voor, mediatie komt weinig voor, minder dan de helft legt uit, 15% helemaal geen regels, 20% kijkt mee, 38% regelmatig praten en discussie. Wat opvalt is dat deze aspecten elkaar ook weer tegenspreken. Zo wordt in een onderzoek geconcludeerd dat het merendeel discussieert, terwijl in een ander onderzoek staat dat discussie juist minder voor komt. Er is nog veel verdeeldheid wat betreft de uitkomsten van prevalentie.

Voor de voorspelling is gekeken naar variabelen die veel voor komen, omdat deze uitkomsten met elkaar vergeleken kunnen worden. Dit heeft de volgende variabelen opgeleverd: opleidingsniveau, houding ten opzichte van televisie, leeftijd van het kind, geslacht van het kind, inkomsten, vaders en moeders, gezinssituatie. Per groep worden de meest voorkomende uitkomsten kort besproken met tussen haakjes het aantal keren dat de uitkomst voor komt.

- Opleidingsniveau: Actief wordt het meest gehanteerd door hoogopgeleiden (6). Volgens twee onderzoeken is dit echter restrictief (2). Over het algemeen zijn hoogopgeleiden actiever in mediaopvoeding vergeleken met lager opgeleiden (1). Ouders met een laag of gemiddeld opleidingsniveau gebruiken veelal restrictieve en evaluatieve mediatie (2).
- Houding ten opzichte van televisie: Er wordt meer mediaopvoeding toegepast als ouders negatieve effecten van televisie verwachten (1). Bij een negatieve houding ten opzichte van tv wordt voornamelijk actieve (6) en/of restrictieve mediatie (6) toegepast. Bij een positieve houding ten opzichte van tv worden minder beperkingen opgelegd (1). Meekijken komt dan het meest voor (4). Ouders die zelf veel tv kijken, passen meekijken meer toe en actieve en restrictieve mediatie juist minder (2).
- Leeftijd van het kind: Als kinderen jonger zijn, komt mediatie meer voor (1). Dit wordt minder als het kind ouder wordt (2). Één onderzoek verklaart dat de interactie van ouders gelijk blijft bij verschillende leeftijden. Bij jongere kinderen komen restrictieve (4) en actieve mediatie (2) het meest voor. Naarmate kinderen ouder zijn, kijken ouders meer mee (2). Dit wordt tegengesproken door vier andere studies die juist zeggen dat ouders minder meekijken als het kind ouder is.
- Geslacht van het kind: Mediatië komt vaker voor bij meisjes dan bij jongens (1). Terwijl volgens andere onderzoeken zowel discussie (1) als regels (1) weer meer bij jongens voor komen.
- Inkomsten: De uitkomsten bij lage en hoge inkomsten verschillen aanzienlijk. Zo wordt bij laag inkomen restrictief een keer als meest genoemd, terwijl een andere studie uitwijst dat ouders met een laag inkomen zich juist minder bewust zijn van regels. Er wordt meer mee gekeken (1) en minder actief begeleid (1). Bij hoge inkomsten worden zowel actief als restrictief allebei een keer genoemd als meest gebruikte vorm.

- Vaders en moeders: Moeders zijn actiever in het begeleiden van hun kind bij televisie kijken (2). Dit geldt voor alle vormen. Zowel actief, restrictief als meekijken worden allemaal een keer genoemd als meest gehanteerd.
- Gezinssituatie: in gezinnen waar ouders fulltime werken (1), de ouders gescheiden zijn (1) en veel kinderen zijn (1) wordt minder mediatie uitgeoefend. In kleinere gezinnen wordt meer mee gekeken (1). Getrouwde ouders zouden meer actieve mediatie toepassen (1), terwijl alleenstaanden meer regels hanteren (1).

Voor de effectiviteit van mediaopvoeding is gekeken naar de volgende variabelen:

- Realiteitsbesef: Actieve mediatie vergroot volgens drie onderzoeken het realiteitsbesef van kinderen, terwijl dit volgens een ander onderzoek juist geen effect heeft. Meekijken draagt hier ook niet aan bij (1). Volgens één onderzoek verhogen veel regels en weinig televisie het vermogen van het kind om te bepalen wat echt is op tv en wat niet.
- Emoties: Over de invloed van actieve mediatie op de emoties van kinderen is geen eenduidig antwoord. Het kan de emotionele reacties verminderen (1), verergeren (2) of geen directe invloed hebben (1). Restrictieve mediatie heeft of geen effect of het kan emoties zelfs versterken (2). Meekijken versterkt het ook (1).
- Gewelddadige beelden: Restricties verminderen negatieve effecten van geweld op televisie (1), net als actieve mediatie (4). Actieve mediatie heeft op meisjes geen invloed bij gewelddadige beelden, bij jongens vermindert het agressief gedrag (1). Meekijken kan de negatieve effecten van geweld op tv juist versterken (1).
- Seksuele activiteiten: Kinderen die regels krijgen opgelegd met betrekking tot seksuele beelden op tv, hebben een negatiever beeld van seks (1) en zijn er zelf ook minder actief in (5). Actieve mediatie leidt tot minder negatieve verwachtingen van seks (1) en meer seksuele activiteiten (1). Bij meekijken zijn de uitkomsten meer verdeeld. Een onderzoek zegt dat meekijken geen invloed heeft, een ander zegt dat het tot meer seks leidt en weer een ander onderzoek zegt juist dat er sprake is van afname.
- Kijktijd: Restricties verminderen de kijktijd (5), net als meekijken (2). Meekijken kan echter ook leiden tot meer televisiegebruik (1).

- Gebruik van alcohol en tabak: Restricties verminderen het gebruik van alcohol (1) en sigaretten (1) onder jongeren. Actieve mediatie zorgt echter voor een toename van alcoholgebruik (1).
- Eten en lichaam: Volgens een onderzoek vermindert restrictieve mediatie de relatie tussen televisie kijken en ongezond eten, terwijl meekijken en actieve mediatie deze relatie alleen maar meer versterken. Daarentegen beweren andere onderzoeken dat actieve mediatie leidt tot een lager gewicht van het kind (1) en meer zelfvertrouwen en tevredenheid over het lichaam (1).
- Houding: Kinderen krijgen een minder positieve houding tegenover hun ouders als ze regels opgelegd krijgen (1). De houding tegenover de inhoud van het programma wordt daarentegen wel positiever (1). Voor meekijken geldt dat de houding tegenover de inhoud slechts licht verbetert (1). Bij actieve mediatie is er geen directe relatie tussen houding tegenover ouders en inhoud (1). Maar van één onderzoek is de uitkomst wel dat actieve mediatie bijdraagt aan een positievere houding tegenover mensen met een andere huidskleur.
- Algemeen: Tegen negatieve effecten in het algemeen helpen actieve en restrictieve mediatie het beste (1). Meekijken gaat deze effecten niet tegen (1). Maar samen kijken zorgt er wel voor dat een kind meer leert van de televisie (3). Regels moeten met mate opgesteld worden, want teveel of te weinig regels kunnen een ongewenst effect tot gevolg hebben.

Wat voor veel variabelen geldt, is dat bevindingen worden tegen gesproken. Zo zijn er onderzoeken die beweren dat een bepaalde vorm van mediatie het beste is in een bepaalde situatie, terwijl een of meer andere onderzoeken juist iets anders beweren. Neem als voorbeeld de invloed van meekijken bij het zien van seksuele beelden. Drie onderzoeken zeggen iets anders, namelijk dat meekijken tot meer seksuele activiteiten leidt, juist tot minder of dat het geen effect heeft. Dit maakt het moeilijk om te achterhalen wat ouders nu daadwerkelijk het beste kunnen doen bij dit soort beelden. Bij sommige variabelen is er echter wel een merendeel die iets uitwijst. Zo zijn er zes onderzoeken waarin staat dat hoogopgeleiden veelal actieve mediatie gebruiken. Twee onderzoeken spreken dit tegen door te zeggen dat het restrictieve mediatie is. Per variabele kan het dus heel erg verschillen of de uitkomsten eenduidig en dus betrouwbaarder zijn.

4.2 Resultaten interviews

De uitkomsten van de interviews staan centraal in deze paragraaf. De vooraf opgestelde vragen worden in een aantal subparagrafen behandeld. De topics zoals besproken in paragraaf 3.3.2 vormen hiervoor het uitgangspunt. Dit geeft de volgende subparagrafen: mediaopvoeding, eerdere onderzoeken, methodologie en ruimte voor onderzoek, beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding. Per topic worden eerst de bevindingen van de vragen besproken. Aan het einde van elke subparagraaf volgt een conclusie hierover. Als laatste is nog een subparagraaf toegevoegd waarin een aantal andere opvallende aspecten worden genoemd die tijdens de interviews naar voren zijn gekomen en die niet direct betrekking hebben op een van de vooraf opgestelde vragen.

4.2.1. Mediaopvoeding

De hele studie richt zich op mediaopvoeding. Uit de 96 geanalyseerde artikelen is al gebleken dat veel auteurs verschillen in omschrijvingen en definities van dit begrip. Daarom is het interessant om eerst te kijken naar de mening van de respondenten hierover. Aan iedereen is gevraagd om in eigen woorden een korte omschrijving te geven van mediaopvoeding. Zes van de respondenten leggen hierbij de nadruk op de begeleiding en ondersteuning van kinderen bij hun mediagebruik. Om dit te verduidelijken volgen hieronder twee van deze definities:

Sanderijn van der Doef: "Mediaopvoeding, dat is kinderen begeleiden in manieren hoe ze het beste gebruik kunnen maken van media en met media kunnen omgaan. En dus ook hoe ze omgaan met de boodschappen die er uit de media worden gegeven. Dat betekent dat een heel belangrijk deel van mediaopvoeding is dat je kinderen leert kritisch te kijken en kritisch te denken. (...) Zodat ze op een gegeven moment zelf een selectie kunnen maken wat zinvol voor ze is en wat niet."

Nicole Lucassen: "Mediaopvoeding is dat wat ouders, zowel vader en moeder, doen om hun kind te begeleiden in het gebruik van media. En ook kinderen vertellen hoe media in elkaar steken, wat het is, wat ze zich erbij voor kunnen stellen, hoe ze ermee om kunnen gaan."

Respondent Hans Beentjes wijkt hier met zijn definitie enigszins van af door mediaopvoeding aan de ene kant te omschrijven als iets wat gebruikt moet worden als de integratie van media problemen oplevert in huis en aan de andere kant als manier om het positieve uit media te halen. Maar over het algemeen kan op basis van de definities van de respondenten worden geconcludeerd dat de kern van mediaopvoeding het begeleiden van kinderen bij hun mediagebruik is. Opvallend is dat dit afwijkt van de elf definities die zijn aangetroffen in de geanalyseerde artikelen, waar in verreweg de meeste artikelen de nadruk wordt gelegd op het vergroten van het begrip van kinderen of op de manier hoe ouders de mediaopvoeding kunnen uitvoeren (een voorbeeld hiervan is citaat 7 uit Appendix C). Indirect kan het begeleiden van kinderen hier ook toe leiden, maar 'begeleiden' en 'begrip' leggen in eerste instantie de nadruk op iets anders. In een aantal van de geanalyseerde artikelen van het literatuuronderzoek is geen definitie van mediaopvoeding gegeven, maar is het omschreven aan de hand van de vormen van mediaopvoeding die er zijn. Een voorbeeld hiervan is Fisher et al. (2009, p. 122): *"Parental mediation has been conceptualized as a multidimensional construct often comprised of: a) active or instructive mediation (talking with children about television); b) restrictive mediation (setting rules and limits on television viewing); and c) coveiwing."* Geen van de respondenten noemde de vormen van mediaopvoeding toen ze werd gevraagd een omschrijving van mediaopvoeding te geven. Ze kwamen allemaal met een duidelijke definitie. In tegenstelling tot de omschrijvingen van mediaopvoeding die zijn aangetroffen in de artikelen, sluiten de definities van de respondenten wel aan bij de definities uit de verzamelwerken zoals besproken in paragraaf 2.3. Daar lag ook de nadruk op het ingrijpen en begeleiden van mediagebruik door kinderen.

Zoals in het theoretisch kader is uitgelegd, is mediaopvoeding vaak in drie vormen te verdelen, namelijk actief, restrictief en meekijken. In veel van de artikelen (zie grafieken I en II in paragraaf 4.1.1) uit de literatuurstudie is dit bevestigd (o.a. Nathanson, 1999; Notten, Kraaykamp, & Konig, 2012). Leontien Lems, Justine Pardoën en Nicole Lucassen maken hetzelfde onderscheid. Veelal blijkt dat een combinatie van de vormen het meest effectief wordt geacht volgens de respondenten. Ze merken wel op dat jonge kinderen meer regels opgelegd moeten krijgen en dat bij oudere kinderen de nadruk iets meer moet liggen op het praten en het voeren van een discussie. De uitkomst van het literatuuronderzoek laat zien dat jongere kinderen inderdaad meer regels opgelegd krijgen (zie paragraaf 4.1.4). Een voorbeeld van een studie die dit bevestigd, is Cillero en Sebire (2011). De auteurs merken ook

op dat bij oudere kinderen voornamelijk wordt meegekeken. Opgenhaffen, Van Den Bosch, Eggermont, en Frison (2012) zijn tot dezelfde conclusie gekomen. Hoewel de respondenten juist pleiten voor meer discussie is het toch meekijken wat meer wordt toegepast bij mediagebruik door oudere kinderen.

Wat betreft de inhoud van de regels: die zouden zich volgens de respondenten meer moeten richten op de inhoud van televisieprogramma's in plaats van op de tijdsduur dat een kind mag kijken. Want slechts een halfuur televisie kijken kan al grote negatieve gevolgen hebben als de inhoud slecht is. Veel van de artikelen uit het literatuuronderzoek hebben onderzoek gedaan naar regels in het algemeen en meten bijvoorbeeld met een enkel item of ouders speciale programma's verbieden, zoals Warren (2001). Vervolgens worden hier geen specifieke uitspraken over gedaan in de conclusie. Het is dus moeilijk om op basis daarvan te zeggen of ouders volgens de wensen van de respondenten regels opleggen die meer gericht zijn op inhoud. Één artikel vormt een uitzondering hierop. Jordan, Hersey, McDivitt, en Heitzler (2006, p. 1305) verklaren dat veel van hun respondenten regels hebben met betrekking tot inhoud van programma's. Vervolgens leggen de auteurs uit welk soort programma's worden verboden en hoe ouders dit aanpakken. Er zijn echter geen andere artikelen uit de dataset waarmee deze uitkomsten vergeleken kunnen worden.

Twee van de respondenten komen met bovengenoemde driedeling van de vormen van mediaopvoeding deels overeen. Zo noemt Esther Rozendaal alleen actief en restrictief en niet meekijken. Actief zou dan het beste zijn, soms wel gepaard met wat regels. De respondent is zich er van bewust dat dit samenhangt met veel factoren, zoals geslacht van het kind en opleidingsniveau van de ouders. Hans Beentjes, noemt regels (restrictief) en dialoog (wat deels overeenkomt met actief). Hij spreekt echter nog van een ander onderdeel van mediaopvoeding, namelijk het mediagedrag van ouders zelf. Ouders geven het voorbeeld en kinderen nemen deze handelingen heel snel over. Ouders moeten dus meer gaan nadenken over hun eigen mediagebruik en of dit wel geschikt is voor hun kinderen. Dit aspect van mediaopvoeding is niet in de literatuur van de dataset terug gevonden.

Denise Bontje bespreekt de vormen van mediaopvoeding aan de hand van soorten mediagebruikers die er zijn, namelijk: 1. Onverschillige mediagebruiker: ouders zetten de televisie aan, vaak gedurende een groot deel van de dag, en het maakt ze niet uit wat er dan precies op staat. 2. Regelende mediagebruiker: maakt afspraken qua tijd dat er televisie wordt gekeken. Wat de inhoud van de televisieprogramma's is, maakt ze niet uit. 3. Gezellige

mediagebruiker: ziet televisie kijken vooral als een gezellig moment wat je met elkaar hebt. Maakt ook af en toe wel een praatje over de televisie-inhoud, maar nog niet in de vorm van een goed geground dialoog of discussie. 4. Bewuste mediagebruiker: kiest bewust naar welke programma's wordt gekeken. Laat zich niet leiden door de hele programmering van televisie, maar weet goed wat hij/ zij wel of niet wilt kijken. Kijkt een bepaald programma ook pas wanneer er tijd is om met het kind samen te kijken. Hier wordt ook goed gepraat over hetgeen op televisie is. 5. Actieve mediagebruikers: koppelen wat ze op televisie zien aan de realiteit. Als er bijvoorbeeld dieren op televisie te zien zijn, dan kan dit gekoppeld worden aan een uitje naar de kinderboerderij. Voor de soorten mediagebruikers geldt steeds dat de voorgaande groepen ook van toepassing zijn, het stapelt zich dus steeds meer op. Volgens de geïnterviewde is bewust en actief mediagebruik het beste. Ouders moeten een zeer actieve rol spelen bij het mediagebruik van hun kinderen. Maar er zijn enkele uitzonderingen. Zo moet het wel eens kunnen dat ouders hun kind alleen voor de televisie zetten als ze moeten koken. Als ze dan maar wel bewust kiezen voor een goed en geschikt programma. In grote lijnen komt deze indeling op basis van soorten mediagebruikers die er zijn overeen met de drie algemeen aangenomen vormen. Actieve begeleiding, regels en meekijken worden namelijk ook in deze vijf soorten mediagebruikers genoemd. Grootste onderscheid is wel dat bij actief de nadruk ligt op het koppelen van wat er op televisie is met een activiteit in de werkelijkheid. Dit is nog niet eerder naar voren gekomen in het onderzoek.

Zes van de respondenten hebben dus wel een duidelijk beeld voor zichzelf over de verschillende vormen van mediaopvoeding die er zijn. Sanderijn van der Doef kon niet direct vormen noemen, maar omschreef het aan de hand van termen als 'begeleiding in het algemeen' en 'praten om op de hoogte te blijven van waar het kind allemaal mee bezig is'.

De zeven geïnterviewden zijn werkzaam op het gebied van media en opvoeding en daarom is te verwachten dat ze veel belang hechten aan mediaopvoeding. Toch is aan ze gevraagd hoe belangrijk ze het vinden, om de onderbouwing ervan te achterhalen. Alle respondenten zien een groot belang in mediaopvoeding. Dat blijkt uit de antwoorden 'onmisbaar', 'onontbeerlijk' of 'zeer belangrijk' op de vraag. Als kinderen niet worden begeleid in hun mediagebruik, lopen ze het risico om 'ongecontroleerde mediaveelvratens' te worden (Denise Bontje). Sanderijn van der Doef heeft zelfs letterlijk uitgesproken dat mediaopvoeding steeds belangrijker wordt. "Media is een niet weg te denken bron in onze samenleving. Sterker nog, het is een bron die we niet weg moeten denken, want het is ook

een hele leerzame bron. Kinderen kunnen er juist heel veel van leren en mee doen. Maar dan moeten ze wel precies weten waar ze de goede informatie kunnen krijgen en hoe ze er het meest van kunnen leren. Dus die mediaopvoeding is onontbeerlijk. En wordt steeds belangrijker in opvoeding, is mijn opvatting.” Ouderlijke begeleiding bij mediagebruik door kinderen is volgens Van Der Doef dus niet alleen noodzakelijk om negatieve effecten tegen te gaan, maar het helpt kinderen ook op een positieve manier in hun ontwikkeling doordat ze er veel van kunnen leren. Iets wat de andere respondenten in hun interviews ook hebben opgemerkt. Paragraaf 2.2 heeft laten zien dat aan mediagebruik positieve en negatieve effecten zijn verbonden en in paragraaf 2.3 wordt op basis van theorie geconcludeerd dat mediaopvoeding deze effecten kan versterken of verminderen. De respondenten zijn zich hiervan bewust en bevestigen deze opvatting. Ook de literatuurstudie laat zien dat mediaopvoeding de effecten van televisie kan beïnvloeden, hoewel de uitkomsten hiervan nog verdeeld zijn zoals uit paragraaf 4.1.4 blijkt. Zo laat de studie van Linder en Werner (2012) zien dat actieve mediatie tot minder agressief gedrag van kinderen kan leiden nadat ze een gewelddadig programma hebben gezien. Barr en Wyss (2008) tonen aan dat kinderen meer leren van een programma als ouders meekijken en praten met het kind. In het artikel van De Cock (2012) is daarentegen te lezen dat actieve mediatie geen invloed heeft op het gedrag en de emoties van kinderen.

Vier van de respondenten, Leontien Lems, Sanderijn van der Doef, Denise Bontje en Esther Rozendaal, gaan dieper op het belang van mediaopvoeding in door de koppeling te maken tussen mediaopvoeding en gewone opvoeding. Zij zien mediaopvoeding als een onderdeel van de gewone opvoeding, net als bijvoorbeeld de aandacht die ouders besteden aan gezonde voeding. Opvallend is dat dit niet in de artikelen van de dataset naar voren komt. Na het in kaart brengen van de onderzoeksvragen en hypothesen blijkt dat geen enkele studie zich richt op de relatie tussen gewone opvoeding en mediaopvoeding. En de introducties en theoretische gedeeltes van de artikelen gaan hier ook niet op in. Daarin wordt alleen een beeld gegeven van mediaopvoeding, de vormen die er zijn en de achtergrond van eventuele variabelen die centraal staan in het onderzoek. Kortom, op basis van bestaande artikelen (uit de dataset) kunnen nog geen uitspraken worden gedaan over mediaopvoeding als onderdeel van de gewone opvoeding. Maar doordat dit in meerdere interviews naar voren is gekomen, is het wellicht relevant om hier meer aandacht aan te besteden.

Conclusie

In de definities van mediaopvoeding van de respondenten komt veelal hetzelfde naar voren, de nadruk ligt namelijk op het begeleiden van kinderen bij hun mediagebruik. Hierdoor is het mogelijk is om tot één duidelijke omschrijving van mediaopvoeding te komen. Maar dit roept wel vraagtekens op als het naast de definities van de geanalyseerde artikelen wordt gelegd. De verschillen hierin kunnen ook niet zomaar over het hoofd worden gezien. Hoe kan dit gecombineerd worden tot één concrete definitie van mediaopvoeding? Hier wordt in het volgende hoofdstuk een antwoord op gegeven.

Uit het theoretisch kader en de literatuurstudie is gebleken dat veel onderzoekers spreken van actieve mediatie, restrictieve mediatie en meekijken. Deze vormen worden bevestigd in de interviews. De meeste respondenten noemen deze vormen als ze is gevraagd met welke vormen ze bekend zijn. Er is één vorm naar voren gekomen die zowel in het theoretisch kader als in de literatuurstudie nog niet is aangetroffen, namelijk het mediagedrag van ouders zelf. Ouders kunnen door hun eigen mediagebruik een voorbeeld geven aan hun kind, waarmee hun mediagebruik wellicht ook wordt beïnvloed. En een van de respondenten geeft nog een extra invulling aan actieve mediatie door te zeggen dat bepaalde onderdelen van een televisieprogramma gekoppeld zouden moeten worden aan een activiteit in het dagelijks leven. Het is interessant om de positie van deze 'nieuwe' vormen te onderzoeken in relatie met de al bestaande vormen. Wat zijn de effecten ervan? En zijn er kinderen met een bepaalde leeftijd of karaktereigenschappen die extra gebaat zijn bij een van de nieuwe vormen?

De artikelen uit de dataset benaderen mediaopvoeding als een losstaand concept, terwijl het merendeel van de respondenten opmerkt dat mediaopvoeding een onderdeel is van de gewone opvoeding. Dit suggereert dat het ook meer onderzocht moet worden vanuit die gewone opvoeding. Op basis van het onderzoek van deze thesis is het moeilijk om uitspraken te doen over de positie van mediaopvoeding binnen de gewone opvoeding. De literatuurstudie wijst hier niets over uit. De uitspraken van de respondenten over dit onderwerp kunnen wel als handvaten dienen, maar laten nog geen goede theorie hierover zien. Wellicht iets waar in de toekomst meer nadruk op kan komen te liggen.

4.2.2. Eerdere onderzoeken

Vraag vier van het codeerschema van de literatuurstudie richt zich op verwijzingen van de auteurs naar andere auteurs die onderzoek naar mediaopvoeding hebben gedaan. Om deze uitkomsten te vergelijken, is ook aan de respondenten gevraagd met welke auteurs ze bekend zijn. Slechts één van de zeven respondenten, Leontien Lems, kon niet direct een aantal namen opnoemen van mensen die al onderzoek hebben gedaan naar mediaopvoeding. De overige respondenten kwamen met elkaar tot de volgende namen (met tussen haakjes het aantal keren dat de naam is genoemd): Peter Nikken (4), Patti Valkenburg (3), Walma van der Molen (2), Moniek Buijzen (2), Justine Pardoën (1), Hanneke de Graaf (1), Esther Rozendaal (1), Sanne Opreë (1), Kees Koolstra (1), Tom van der Voort (1), Amy Nathanson (1), Marina Krcmar (1). Veel van de namen worden slechts eenmaal genoemd. Zijn veel van de onderzoeken dan nog onbekend of schoot er tijdens het interview even niet meer te binnen? Het eerste zou overeen komen met de resultaten uit de 96 geanalyseerde artikelen, waar ook veel verdeeldheid in terug te vinden is en veel auteurs slechts enkele keren worden genoemd (zie paragraaf 4.1.1). In hoeverre zijn wetenschappers en mensen uit het vakgebied op de hoogte van de onderzoeken die al zijn uitgevoerd? Het is ook opvallend dat er allemaal Nederlandse onderzoekers zijn genoemd, met uitzondering van Amy Nathanson en Marina Krcmar. Dachten de respondenten alleen aan Nederlandse auteurs? Of zijn de buitenlandse auteurs minder bekend? Het kon tijdens de interviews niet worden gevraagd aan de respondenten, omdat deze trend pas later is ontdekt. Nathanson en Krcmar zijn bovendien ook de enigste twee namen die de respondenten hebben genoemd en die corresponderen met de literatuurstudie.

Op de vraag of de onderzoeken naar televisie nog bruikbaar zijn (in het huidige medialandschap), waren de meningen van de respondenten verdeeld. Justine Pardoën, Denise Bontje en Hans Beentjes maken een duidelijke koppeling naar de nieuwe media die er zijn. Grenzen tussen media vervagen steeds meer. Zo is het nu bijvoorbeeld mogelijk televisie te kijken via internet op een laptop en tablet. Hierdoor is het moeilijker om het medium televisie los te zien. Dit is ook al besproken in paragraaf 3.1 bij de operationalisering van televisie. Merkwaardig is dat de artikelen uit de dataset dit probleem niet omschrijven. Er zijn natuurlijk artikelen die zijn geschreven in een tijd dat er geen computers en tablets waren en dat televisie echt nog een 'kastje' was. Maar de onderzoeken uit de tijd dat televisieprogramma's ook via andere kanalen te bezichtigen zijn, gaan hier ook niet op in. De

studies weiden niet uit over deze mogelijkheden en onderzoeken televisie alsnog als een op zichzelf staand medium. Een opmerkelijke bevinding, zeker als het naast de uitspraak van Hans Beetjes wordt gelegd. Volgens hem kunnen ouders tegenwoordig minder grenzen stellen wat betreft televisie, doordat de toegankelijkheid veel groter is. Tablets, mobieltjes en laptops zijn als het ware draagbare televisies. En de onderzoeken van vroeger waren meer huiskamergericht, aldus Esther Rozendaal. Kinderen hebben nu veel vaker een televisie of computer op de kamer. Dit heeft sterke invloed op het uitoefenen van mediaopvoeding. Zo is het moeilijker om te controleren of de regels worden nageleefd en om op de hoogte te blijven van wat het kind kijkt. Ondanks de vervagende grenzen van media heeft elk medium een eigen doel volgens Denise Bontje en daarom is het belangrijk om te blijven kijken hoe de televisie zich ontwikkelt in de loop der jaren.

Leontien Lems en Nicole Lucassen zien minder problemen in de bruikbaarheid van de reeds uitgevoerde onderzoeken in het huidige medialandschap. Zo stelt Leontien Lems dat televisie nog steeds het grootste medium is en dat de onderzoeken hiernaar van belang blijven. Ook de toepasbaarheid op andere media is een minder groot probleem: "Schermtijd blijft schermtijd, of dat nu achter een computer is of voor de televisie". Wel zijn er volgens de respondent kleine dingen veranderd vergeleken met eerdere onderzoeken. Zo wordt tegenwoordig meer geschakeld op televisie van zender naar zender. Hier moet dan wel rekening mee worden gehouden. Nicole Lucassen is van mening dat de vormen van mediaopvoeding die naar voren zijn gekomen in onderzoeken naar televisie toepasbaar zijn op andere media. Wellicht met een aantal aanpassingen, maar in grote lijnen zijn ze wel goed te gebruiken. Esther Rozendaal is hier wat sceptischer over. De onderzoeken zeggen wel iets over de effectiviteit van de verschillende vormen van mediaopvoeding die er zijn. Maar de uitvoering hiervan is bij elk medium anders. Zo kunnen ouders bij televisie direct inspelen op wat kinderen zien. Bij computers is dit bijvoorbeeld lastiger, omdat meekijken bij dit medium minder vanzelfsprekend is volgens Rozendaal. Hierdoor zijn eerdere onderzoeken deels bruikbaar, maar er moet zeker wel het een en ander in acht worden genomen.

De expert verschillen onderling aanzienlijk van mening wat betreft de bruikbaarheid van onderzoeken naar mediaopvoeding en televisie in het huidige medialandschap. Deze verschillen van mening komen ook terug in de literatuurstudie. Er zijn veel studies naar televisie uitgevoerd in de tijd dat computers en/of tablets al aanwezig waren in huis. In veruit het grootste deel van de dataset wordt over deze nieuwe technologieën niets vermeld,

waardoor kan worden aangenomen dat de auteurs geen probleem zien in het onderzoeken van televisie als een zelfstandig medium (o.a. Evans, Jordan, en Horner, 2011; Paavonen, Roine, Pennonen, en Lahikainen, 2009). Volgens Morrison en Krugman (2001, p. 137) is dit anders. Nieuwe media veranderen de routines thuis. Communicatie tussen ouder en kind wordt beïnvloed, net als de tijdsbesteding van kinderen. Dit heeft vervolgens invloed op het gebruik van televisie en op ouderlijke begeleiding hierbij. Livingstone (2007, p. 922) laat dit zien aan de hand van een concreet voorbeeld. Zo schrijft ze dat meekijken door ouders is verandert in meer individueel kijken door de komst van nieuwe technologieën als kabeltelevisie en computer. Dit duidt er wel op dat de studies naar alleen televisie en mediaopvoeding enigszins gedateerd zijn. Toch gaan de studies uit de dataset zeer beperkt in op de bespreking van het huidige medialandschap.

Een van de respondenten, Sanderijn van der Doef, is van mening dat de onderzoeken naar televisie zeker nog wel nuttig zijn, maar dat het belangrijk is om hier eerst eens kritisch naar te kijken. Zo spreken veel onderzoeken elkaar tegen over bijvoorbeeld de invloeden van televisie en effectiviteit van ouderlijke begeleiding erbij (wat ook blijkt uit de 96 geanalyseerde artikelen). Soms worden bronnen overgenomen zonder te weten waar die bronnen vandaan komen en op gegrond zijn. Dus voordat we kunnen kijken naar het nut van eerdere onderzoeken en het gebruik hiervan bij andere media, moeten deze onderzoeken eerst goed onder de loep worden genomen, aldus Sanderijn van der Doef.

Conclusie

Over de bruikbaarheid van de eerdere onderzoeken zijn de meningen verdeeld. Vier respondenten (Justine Pardoën, Denise Bontje, Hans Beentjes, Esther Rozendaal) stellen dat ze bruikbaar zijn, maar dat ze wel in het perspectief van het huidige medialandschap moeten worden geplaatst. Zo is televisie niet langer meer een kastje wat vast in een tv-meubel staat. Nieuwe technologieën hebben ervoor gezorgd dat de televisie als het ware draagbaar is geworden. En media als computer en tablets hebben de positie van de televisie in huis veranderd. De overige drie respondenten (Leontiem Lems, Sanderijn van der Doef, Nicole Lucassen) zien minder problemen in de bruikbaarheid van studies naar televisie, omdat schermtijd nog steeds schermtijd is en omdat televisie nog steeds het meest gebruikte medium is door kinderen. Paragraaf 2.1 laat aan de hand van cijfers zien dat televisie inderdaad nog steeds ontzettend veel wordt gebruikt door kinderen ondanks andere media

die ze tot hun beschikking hebben. Onderzoeken naar mediaopvoeding met betrekking tot televisie zijn in dat opzicht nog zeer relevant. Maar de opmerkingen van de respondenten over het huidige medialandschap kunnen niet terzijde worden geschoven. Het is moeilijk om hier een gegronde uitspraak over te doen. Het merendeel van de artikelen uit de dataset gaat niet of nauwelijks in op de positie van televisie in het huidige medialandschap. Maar de studies die dit wel doen, zoals Morrison en Krugman (2001) en Livingstone (2007), laten zien dat televisiegebruik en ouderlijke begeleiding wel degelijk zijn veranderd. Wellicht dat onderzoek naar mediaopvoeding en televisie in het huidige medialandschap meer uit kan wijzen. Komen daar dezelfde resultaten uit als onderzoeken naar de 'televisie als kast' of zijn er toch aanzienlijke verschillen? En beïnvloeden de aanwezigheid van computers en tablets in huis het gebruik van televisie en ouderlijk handelen hierbij? Met een antwoord op deze vraag zou de bruikbaarheid van eerdere onderzoeken naar televisie duidelijker kunnen worden.

4.2.3. Methodologie en ruimte voor onderzoek

Aan elke respondent is gevraagd welke methodologie zij het meest geschikt achten voor onderzoek naar mediaopvoeding. Er is ook gevraagd waar in hun ogen nog ruimte ligt voor onderzoek. De antwoorden op deze vragen worden in deze paragraaf besproken. De respondenten hebben ieder een andere mening en noemden dan ook andere aspecten. Toch zijn er vier aspecten die in het merendeel van de interviews zijn terug gekomen.

Als eerste is gebleken dat de respondenten (Sanderijn van der Doef, Denise Bontje, Hans Beentjes, Nicole Lucassen, Esther Rozendaal) pleiten voor meer longitudinaal onderzoek. Nicole Lucassen: "Dan kan je ook echt zeggen wat de causaliteit is, welke factoren andere factoren beïnvloeden. We weten nu niet zo heel goed hoe dat in elkaar steekt, omdat heel veel onderzoeken cross-sectioneel zijn. Met longitudinaal onderzoek kan je ook wat meer gefundeerde uitspraken doen over welke vorm het beste zou zijn en het moest toepasselijk zou zijn." De wens naar meer longitudinaal onderzoek komt overeen met de bevindingen van de literatuurstudie: slechts 11,5% van de 96 geanalyseerde artikelen zijn longitudinaal uitgevoerd (o.a. Christakis et al. 2013; Tidhar & Levinsohn, 1997).

Het tweede aspect wat in meerdere interviews naar voren is gekomen, heeft ook met methodologie te maken. Denise Bontje, Nicole Lucassen en Esther Rozendaal merken op dat, ondanks dat het tijdrovend en moeilijk op te zetten is, er meer experimentele studies

uitgevoerd moeten worden. Tabel IV in paragraaf 4.1.3 laat zien dat in 11,5% van de onderzoeken uit de literatuurstudie experimenten zijn uitgevoerd (o.a. Austin, Roberts, & Nass, 1990; Nathanson, 2004). Volgens Denise Bontje moet dit worden aangevuld met interviews. Ook Hans Beentjes is van mening dat er meer aandacht moet komen voor het afnemen van interviews. Uit tabel V in paragraaf 4.1.3 is af te lezen dat 8,5% van de artikelen uit de literatuurstudie interviews heeft afgenomen (o.a. Kytömäki, 1998; Rothschild, 1987). Een laag percentage wat erop duidt dat hier inderdaad nog ruimte ligt voor onderzoek.

Ten derde moet het kind meer centraal komen te staan in onderzoek volgens Leontien Lems, Sanderijn van der Doef, Denise Bontje en Esther Rozendaal. Ouders moeten ook worden blijven ondervraagd, maar de nadruk moet meer op het kind komen te liggen. Bontje vertelt: “Er wordt heel veel geroepen over de invloed van media op de ontwikkeling van jonge kinderen, zonder dat er volgens mij ook echt daadwerkelijk zo’n onderzoek heeft plaats gevonden over die ontwikkeling... Dus je hoeft dan helemaal niet te vragen hoe een kind het ervaart, maar hoe ontwikkelt een kind zich.” Op basis hiervan kan worden geconcludeerd dat toekomstig onderzoek zich meer moet richten op de ontwikkeling van het kind en niet op het opleggen van bepaalde regels en hoe een kind dat ervaart. Ontwikkeling kan op meerdere vlakken betrekking hebben. Zo kan een kind zich op sociaal vlak ontwikkelen, maar ook op psychisch vlak. Het is niet duidelijk welke ontwikkeling de respondenten bedoelen. Maar als we kijken naar paragraaf 4.1.2 waar de onderzoeksonderwerpen worden besproken, blijkt dat vrijwel geen van bovenstaande ontwikkelingen concreet worden onderzocht. Het zijn vooral effecten die worden gemeten, zoals bijvoorbeeld gebruik van alcohol en tabak en houding tegenover bepaalde televisieprogramma’s. Slechts 2% van de artikelen onderzoekt de cognitieve/psychische ontwikkeling van het kind. Dit staat gelijk aan twee studies, namelijk van Jinqiu en Xiaoming (2004) en Nathanson, Sharp, Aladé, Rasmussen, en Christy (2013). Naar gedrag/houding, wat onder sociale ontwikkeling is te scharen, is ook maar in twee artikelen onderzoek gedaan, namelijk Abelman (1986) en Christakis et al. (2013).

Tot slot is het merendeel van de respondenten het erover eens dat bij onderzoek meer gekeken moet worden naar andere media. Dit is al uit de vorige paragraaf gebleken, waar de experts hebben opgemerkt dat de onderzoeken naar alleen televisie minder bruikbaar zijn. Het spreekt dan ook voor zich dat ze graag meer onderzoek willen zien naar televisie in relatie met andere media. De literatuurstudie bevestigt dat hier nog ruimte voor onderzoek ligt. In voorgaande paragraaf is tevens besproken dat de artikelen uit de dataset

zeer beperkt ingaan op de positie van televisie in het huidige medialandschap en de gevolgen hiervan op de uitoefening van mediaopvoeding.

Tot zover de overeenkomsten van de respondenten. Hieronder worden de meningen per expert besproken. Om een overzicht te houden, zijn deze meningen in drie thema's verdeeld: begrippen en definities, methodologie en onderzoeksonderwerp.

In het interview heeft Nicole Lucassen aangestipt dat onderzoek zich eerst moet richten op meekijken. Als ouder en kind samen een programma kijken omdat ze het leuk vinden, is dat dan meekijken? Of moet het een bewuste keuze zijn van ouders, omdat ze willen weten waar hun kind naar kijkt? In de literatuur is hier ook onduidelijkheid over. Er zijn studies die het over meekijken hebben zonder precies uit te leggen wat hier mee wordt bedoeld. Er zijn ook studies die aantonen dat ouders meekijken niet als vorm zien (bijvoorbeeld Kytömäki, 1998) en dat ouders vooral meekijken als ze hetzelfde programma willen zien en niet omdat ze bezorgd zijn waar hun kind naar kijkt (bijvoorbeeld Dorr, Kovaric, & Doubleday, 1989). Wat volgens Lucassen ook nog onderzocht moet worden, is het gedeelte waar de ouders hun kind bewust voor de televisie zetten en zelf iets totaal anders gaan doen. In andere woorden: het juist niet uitoefenen van mediaopvoeding. Wat zijn de invloeden hiervan precies? Grafiek II in paragraaf 4.1.1 laat zien dat er inderdaad weinig onderzoek is gedaan naar 'geen mediaopvoeding'. Twee voorbeelden van studies die dit wel hebben onderzocht zijn Padilla-Walker en Coyne (2011) en Torrecillas-Lacave (2013).

Volgens Justine Pardoën moet de wetenschap echter eerst een stap terug doen en zich richten op het concept van verhalen: "Kinderen moeten eerst leren het hele concept van een verhaal te begrijpen voordat ze verhalen en programma's op tv kunnen begrijpen. Dit moet al op jonge leeftijd gebeuren. Media is voor kinderen een abstract begrip en ze daarom op jonge leeftijd met media confronteren heeft geen zin. We moeten dus eigenlijk een stapje terug nemen en ons richten op verhalen en kijken wat televisie nu precies doet." Over dit aspect is niets terug te vinden in de artikelen van de literatuurstudie.

Denise Bontje en Nicole Lucassen zijn beide van mening dat bij onderzoek meer rekening moet worden gehouden met randfactoren, zoals prestaties op school, geslacht van het kind en gezinssituaties. Zo kan worden gekeken wat de rol hiervan is bij mediaopvoeding. Volgens laatstgenoemde moet ook het functioneren van het gezin als geheel meer centraal komen te staan. Dus beide ouders en alle kinderen van het gezin moeten hierbij worden ondervraagd en onderzocht. In paragraaf 4.1.2 is onder het kopje *Ouders en kinderen als*

respondenten van de onderzoeken te lezen dat in slechts drie onderzoeken het gezin, het huishouden of families centraal staan. Dit zijn respectievelijk de studies van Bryce en Leichter (1983), Abelman (1999) en Sang, Schmitz, en Tasche (1993). De weinige onderzoeken die zijn uitgevoerd waarin het gezin centraal staat, duidt erop dat hier inderdaad nog ruimte voor onderzoek ligt. Het spreekt wel de opmerking van de respondenten tegen dat het kind meer centraal moet komen te staan in onderzoek, zoals eerder is besproken in deze paragraaf.

Wat betreft onderzoeksonderwerp moet volgens Sanderijn van der Doef meer aandacht komen voor de invloeden van seksuele beelden op kinderen. Bij het instituut waar zij werkzaam is, komen hier veel vragen over binnen van ouders. De analyses van de artikelen wijzen uit dat er inderdaad meer onderzoek gedaan kan worden naar mediaopvoeding bij seksuele beelden op televisie. Van de 96 artikelen hebben acht onderzoek gedaan naar seksuele televisieprogramma's. Er is dus al onderzoek naar gedaan, maar de uitkomsten verschillen te veel om tot een eenzijdige conclusie te komen. Zo is er een onderzoek wat beweert dat meekijken leidt tot minder seksuele activiteiten van het kind (Bersamin et al., 2008). Uitkomst uit een ander onderzoek is dat het juist tot meer seksuele activiteiten leidt doordat het als meer acceptabel wordt gezien als ouders meekijken (Guo & Nathanson, 2011). Dan is er ook nog een onderzoek waarin staat dat meekijken juist geen effect heeft op de seksuele activiteiten van het kind (Parkes, Wight, Hunt, Henderson, & Sargent, 2013).

Leontien Lems kwam met een onderzoeksonderwerp waar tot nog toe niets over is terug gevonden in de literatuur. Volgens haar is het belangrijk dat televisiekijken leuk blijft voor kinderen en dat dat plezier niet ten onder gaat aan alle regels en beperkingen die worden opgelegd. Dit moet volgens haar een meer centrale rol spelen bij de uitoefening van mediaopvoeding. Ook respondent Hans Beentjes noemde een aandachtspunt voor vervolgonderzoek waar nog niet eerder iets over is terug gevonden in de literatuurstudie en het theoretisch kader. Volgens hem dienen vaak dezelfde soort vragen, maar net in een andere vorm, zich om de paar jaar aan. Bij elke aanpassing van media of introductie van een nieuw medium worden steeds vragen gesteld als: hoe gaan we hier nu mee om? Het is daarom volgens Beentjes belangrijk om om de zoveel jaar een soortgelijke studie te doen naar media. Zo blijven de gegevens actueel en wordt een aanpassing of de introductie van een nieuw medium gelijk in het perspectief van het huidige medialandschap geplaatst.

Een ander aspect wat niet uit de artikelen van de dataset naar voren komt, is het bereiken van bepaalde doelgroepen over mediaopvoeding. "Bijvoorbeeld hoe je bepaalde

ouders daar echt nog bij kan betrekken. Dat je niet alleen maar dat topje van de ijsberg kan bereiken, wat dus toch wel de ouders zijn die al geïnteresseerd zijn, maar ook die anderen. Die hele grote overige groep,” aldus Esther Rozendaal. In het verlengde hiervan ligt de opmerking van Denise Bontje dat bij onderzoek naar mediaopvoeding meer rekening moet worden gehouden met de toepasbaarheid in de praktijk. Voor ouders is het moeilijk om met theorie over mediaopvoeding aan de slag te gaan. Ze moeten hier juist meer praktische informatie over krijgen, over hoe ze dan bijvoorbeeld die mediaopvoeding uit kunnen oefenen. Met die praktische informatie kunnen ouders vervolgens makkelijker worden benaderd, omdat ze dan iets concreets aangeboden kan worden waarmee ze zelf aan de slag kunnen gaan. De volgende subparagraaf gaat nader in op de beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding voor ouders.

Conclusie

Elke respondent heeft een aantal punten voor zichzelf die onderzocht zouden moeten worden. De een bespreekt dit vooral aan de hand van onderzoeksonderwerpen, de ander meer aan de hand van de te gebruiken methodologie. Een longitudinale studie, meer interviews als methodologie, televisie in relatie tot andere media en meer aandacht voor het kind zijn punten die meerdere respondenten als wens hebben. De literatuurstudie wijst uit dat hier inderdaad nog ruimte ligt voor onderzoek. Maar meer nadruk op het kind kan worden weerlegd door de opvatting van Nicole Lucassen dat het gezin als geheel een grotere rol moet spelen in onderzoek. Wellicht dat studies naar beide aspecten kunnen uitwijzen wat het meest effectief is. Ondanks deze vier gedeelde wensen laat het laatste deel van deze subparagraaf zien dat de meningen ook sterk verdeeld zijn over onderwerpen waar nog ruimte voor onderzoek ligt. Door deze onderwerpen naast de literatuurstudie te leggen, is alsnog gekeken of hier voldoende ruimte ligt voor onderzoek. Conclusie is dat de respondenten met elkaar veel handvaten hebben aangereikt voor toekomstig onderzoek. Deze handvaten komen terug in hoofdstuk 5, waar suggesties voor vervolgonderzoek worden besproken.

4.2.4. Beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding

In grote lijnen zijn alle respondenten het met elkaar eens dat voor ouders wel veel informatie beschikbaar is over mediaopvoeding, maar dat deze informatie niet altijd gemakkelijk te vinden is. In alle interviews is naar voren gekomen dat dit voornamelijk komt doordat de initiatieven en instanties die over informatie over mediaopvoeding beschikken een gebrek aan naamsbekendheid hebben. Uit de zeven interviews zijn nog vier punten naar voren gekomen die de toegankelijkheid van informatie voor ouders bemoeilijken.

Het eerste punt hangt samen met de betrouwbaarheid van onderzoeken naar mediaopvoeding. Volgens Leontien Lems is niet alle informatie objectief en even goed tot stand gekomen. Sanderijn van der Doef voegt hier aan toe dat onderzoeken, instituten en media vaak genoeg bronnen overnemen zonder hier eerst kritisch naar te kijken. Bovendien zegt ze dat het ene zoek wel iets uitwijst, maar dat dit vaak wordt tegen gesproken in een andere studie. Ouders stuiten dan ook op veel verschillende informatie als ze hier naar op zoek gaan.

Ten tweede moet mediaopvoeding meer onder de aandacht van ouders worden gebracht. Hans Beentjes en Esther Rozendaal zijn het erover eens dat er meer op moet worden ingespeeld om ouders op het juiste spoor te krijgen en om de ouders te bereiken die er vanuit zichzelf minder in geïnteresseerd zijn. Volgens Justine Pardoën kan dit onder andere door de informatie via meer kanalen aan te bieden. Hierbij moet gedacht worden aan plekken waar veel ouders komen, zoals scholen, bibliotheken en consultatiebureaus.

Het derde punt is in de vorige subparagraaf al aangestipt, namelijk de vertaalslag naar de praktijk. Denise Bontje, Nicole Lucassen en Esther Rozendaal wijzen dit aan als probleempunt voor de beschikbaarheid van informatie over mediaopvoeding voor ouders. Als de theorie van de onderzoeken niet wordt omgezet in informatie voor de praktijk, dan is het moeilijk voor ouders om erachter te komen hoe ze het beste kunnen handelen bij mediagebruik door hun kind.

Tot slot kan het gebrek aan informatie te maken hebben met de hoeveelheid onderzoek wat is uitgevoerd. Hans Beentjes en Esther Rozendaal hebben in het interview aangegeven dat er in principe voldoende onderzoek is uitgevoerd en dat er geen bepaalde onderwerpen zijn waar nog onderzoek naar moet worden gedaan. Naar hun mening moet onderzoek zich, zoals in deze en vorige subparagraaf al besproken, meer richten op het bereiken van ouders, de vertaalslag naar de praktijk en het herhalen van onderzoek. Zowel

de literatuurstudie als de omvang van de dataset hebben aangetoond dat er inderdaad al veel onderzoek is uitgevoerd naar mediaopvoeding. Maar de paragrafen 2.5 en 4.1.4 hebben laten zien dat de uitkomsten van deze onderzoeken aanzienlijk verschillen en dat meer onderzoek nodig is om tot één concreet antwoord te komen. Sanderijn van der Doef en Nicole Lucassen hebben dit ook opgemerkt tijdens hun interviews.

De uitkomsten van de interviews laten enerzijds zien dat er wel voldoende informatie over mediaopvoeding is. Maar anderzijds is deze informatie niet gemakkelijk te raadplegen door ouders. Dat is ook de conclusie van Landsmeer et al. (2014) zoals omschreven in hoofdstuk 1. Voor ouders is het moeilijk om tot goede adviezen over mediaopvoeding te komen. Dit gat zou wellicht gedicht kunnen worden als de wetenschap en onderzoeksinstituten zich meer richten op bovengenoemde probleempunten.

4.2.5 Opvallende aspecten

In deze paragraaf worden overige opvallende aspecten die tijdens de interviews naar voren zijn gekomen kort uitgelicht. Het zijn belangrijke aspecten die gerelateerd zijn aan deze thesis en waar wellicht in de toekomst nog meer aandacht voor moet komen. Deze punten zijn uit de transcripties geselecteerd door te kijken of een respondent meerdere keren terug komt op een bepaald punt of doordat een respondent een bepaald punt letterlijk bestempelt als belangrijk. Net als voor paragraaf 4.2.3 geldt dat de meningen van de respondenten verschillen, aangezien ze allemaal een andere kijk hebben op mediaopvoeding. Daarom zijn de uitkomsten weer in thema's verdeeld, om zo alsnog een overzicht te houden. De drie thema's zijn als volgt: begrippen, praktijk en bijkomende factoren die een rol spelen bij mediaopvoeding.

Het punt van Justine Pardoën sluit aan bij paragraaf 3.1 (de operationalisering van televisie) en paragraaf 4.2.2 waarin wordt besproken dat de grenzen tussen media vervagen en dat het tegenwoordig mogelijk is om televisieprogramma's te bekijken via computer en uitzending gemist. Voordat meer onderzoek wordt uitgevoerd naar televisie en mediaopvoeding is het dan ook belangrijk om eerst af te bakenen wat televisie nu precies is. Is dat het 'kastje'? Of is het terugkijken van televisieprogramma's via laptop ook televisie? En verandert ouderlijke begeleiding hierdoor? Ook Nicole Lucassen pleit voor meer duidelijkheid van begrippen. In paragraaf 4.2.3 is haar wens van meer duidelijkheid van de begrippen meekijken en 'geen mediaopvoeding' besproken. Toch worden deze twee begrippen hier

nogmaals kort aangestipt omdat het meerdere keren in het interview met Lucassen naar voren is gekomen. Onderzoek hiernaar wordt als belangrijk geacht door de respondent.

Het thema bijkomende factoren richt zich niet op onderzoek en mediaopvoeding zelf, maar op andere zaken die hierbij om de hoek komen kijken en van belang zijn. Zo is Sanderijn van der Doef van mening dat media zelf, en de overheid, meer verantwoordelijkheid moeten nemen in wat ze uitzenden en moeten ze ouders hier ook zelf meer over informeren. Media bepalen tenslotte wat wordt uitgezonden en verschaffen informatie hierover. In het interview verklaarde de respondent dat de overheid bij machte zou moeten zijn om aan media meer regels op te leggen. Dit suggereert een nauwere samenwerking tussen ouders, media en overheid. Op basis van het theoretisch kader en de literatuurstudie kan hier echter geen uitspraak over worden gedaan, aangezien alleen is gekeken naar mediaopvoeding door ouders en niet wat de rol hierbij is van media, overheid en bijvoorbeeld scholen. De studies van de dataset richten zich hier niet op.

Volgens Esther Rozendaal moet er meer aandacht komen voor het zelf laten nadenken van het kind en niet meer als ouder alles uitleggen: “Kinderen vertellen wat ze wel of niet moeten doen, dat heeft vaak niet zo’n heel groot effect. Maar ze er zelf over na laten denken, wat zij wel of niet oké zouden vinden, en dat ook echt met elkaar laten bespreken, dat heeft een veel groter effect, want dan uiten ze dat. Ze komen zelf met allemaal argumenten en daardoor gaan ze zich veel sterker binden aan die argumenten, wat dan ook zal motiveren om zich veel meer eigenlijk daar naar te gaan gedragen.” Kinderen meer zelf laten nadenken door vragen te stellen is een opvallende opmerking. In paragraaf 2.4 is actieve mediatie omschreven als de discussie en het praten over een bepaald televisieprogramma. In de literatuurstudie wordt actieve mediatie ook veelal op die manier omschreven (zie paragraaf 4.1.1). Het stellen van vragen vormt hier een onderdeel van. Maar het echt kritisch laten nadenken van kinderen zodat ze zelf programmakeuze kunnen verantwoorden en beargumenteren is nog niet eerder nadrukkelijk vermeld als onderdeel van actieve mediatie en kan op basis van het interview als aanvulling hierop worden gezien.

Tijdens het interview met Hans Beentjes is ook een bijkomende factor van mediaopvoeding aan het licht gekomen. Als het aan hem ligt, gaan ouders eerst goed naar hun kind kijken. Zo weten ze hoe hun kind op bepaalde situaties en beelden reageert, zodat ze daar vervolgens beter in kunnen begeleiden. Elk kind is anders en dus moet de

mediaopvoeding per kind wellicht ook anders. De respondent heeft bij dit punt letterlijk gezegd dat dit in zijn ogen het belangrijkste is om aandacht aan te besteden.

Aan het eind van paragraaf 4.2.3 en in paragraaf 4.2.4 is het al aangestipt en uitgelegd: als het aan de respondenten ligt, komt er meer aandacht voor de toepasbaarheid van de onderzoeken in de praktijk. Denise Bontje vult hier nog op aan dat het te vaak gebeurt dat de studies uit de Verenigde Staten direct worden overgenomen in Nederland zonder rekening te houden met de verschillende samenlevingen die het zijn. Dit levert verkeerde informatie over mediaopvoeding op volgens Bontje. Kind, opvoeding en media zijn volgens haar heel anders in de Verenigde Staten dan in Nederland. Van de artikelen uit de dataset komt 71% uit de Verenigde Staten. De uitkomsten van deze thesis kunnen inderdaad niet zomaar worden gegeneraliseerd en op Nederland worden toegepast. Maar hoe zou dit wel kunnen? Wat kunnen we dan wel over mediaopvoeding in Nederland zeggen op basis van deze studies?

Wat nauw samenhangt met praktijk zijn de door Leontien Lems genoemde '*tools*'. Volgens haar is er weinig te vinden over *tools* zoals cursussen of workshops die ouders helpen met de uitvoering van mediaopvoeding. In de literatuurstudie is in slechts één artikel iets naar voren over workshops. De studie van Jennings en Walker (2009) is niet alleen op de prevalentie van mediaopvoeding ingegaan, maar heeft ook gekeken naar deelnemers van een workshop over mediaopvoeding. Conclusie was dat de uitoefening van mediaopvoeding door de deelnemende ouders niet was veranderd na afloop van de workshop. Maar de auteurs merkten hier wel bij op dat de deelnemers al vrij actief waren in mediaopvoeding. Bij het zoeken van achtergrondinformatie over mediaopvoeding voor deze thesis is niets aangetroffen over *tools*. Hetzelfde geldt voor het analyseren van de artikelen van de literatuurstudie. Op basis daarvan is inderdaad weinig te vinden over *tools*. Terwijl dit, zoals de respondent suggereert, ouders wel kan helpen in de uitoefening van mediaopvoeding. Zijn deze *tools* dan wel aanwezig, maar zijn ze minder bekend? Of is hier nog een grote slag te slaan door juist meer van dit soort *tools* te ontwikkelen?

Elke respondent heeft een andere kijk op mediaopvoeding en er zijn dan ook veel verschillende aspecten naar voren gekomen. Uit alle interviews zijn, zoals bovenstaande paragrafen laten zien, voldoende suggesties naar voren gekomen voor vervolgonderzoek. Leontien Lems heeft nog wel een duidelijke boodschap bij mediaopvoeding: "Ik ben van mening dat we de magie van de media voor het kind niet weg moeten halen. Jij zou het toch

ook niet leuk hebben gevonden vroeger als werd gezegd dat je favoriete personages niet echt zijn. Dat is iets wat nog wel gewoon hoort bij de wereld van kinderen. Er zijn dus nog wel grenzen.”

Hoofdstuk 5 Conclusie en discussie

De literatuurstudie richt zich op de vormen en omschrijvingen van mediaopvoeding en hoe dit de afgelopen decennia is onderzocht. De bevindingen hiervan zijn getest door zeven professionals uit het vakgebied te interviewen. Dit heeft een scala aan data en resultaten opgeleverd. In het vorige hoofdstuk zijn al enkele conclusies en uitspraken gedaan over deze resultaten. In dit hoofdstuk worden ze echter meer uitgelicht en wordt gekeken naar wat dit dan betekent voor vervolgonderzoek.

5.1 Conclusie

De conclusie is onderverdeeld in drie onderwerpen op basis van de onderzoeksvraag en drie doelen: wat is mediaopvoeding en wat weten we er over, hoe is het onderzocht, hoe denken experts erover.

Wat is mediaopvoeding en wat weten we er over

De paragrafen 2.3 en 4.2.1 hebben laten zien dat er veel verschillende definities zijn van mediaopvoeding. Uit de interviews zijn daarentegen wel duidelijke definities naar voren gekomen. Dit doet de vraag oprijzen: wat is mediaopvoeding nu precies? Welke van de verschillende definities die zijn gegeven moet nu gehanteerd worden? Voor de wetenschap is het belangrijk dat hier meer duidelijkheid in komt, zodat in het vervolg gericht onderzoek gedaan kan worden naar mediaopvoeding. De definities uit het theoretisch kader, de literatuurstudie en de interviews zijn in de vorige hoofdstukken al geanalyseerd. Deze resultaten zijn naast elkaar gelegd om de grote lijn te vinden. Op basis hiervan is een nieuwe definitie van mediaopvoeding geformuleerd:

Mediaopvoeding is de ouderlijke begeleiding en ondersteuning bij mediagebruik door het kind, erop gericht om de negatieve effecten van media te beperken, de positieve effecten te benutten, het begrip van de media-inhoud te vergroten en het kind meer verantwoord met media om te laten gaan.

Op basis van het theoretisch kader, de literatuurstudie en de interviews is dus vastgesteld wat mediaopvoeding is. Wat ook op basis hiervan kan worden vastgesteld, zijn de vormen van mediaopvoeding. Actieve mediatie, restrictieve mediatie en meekijken komen in het

theoretisch kader, de literatuurstudie en de interviews naar voren als dé vormen van mediaopvoeding. Er zijn een hoop benamingen en handelingen die hier onder vallen, zoals in paragraaf 4.1.1 is terug te lezen. Slechts enkele ouderlijke handelingen vallen hier niet onder. Wat zegt dat over deze ouderlijke handelingen? Een nadere bestudering ervan zou hier meer antwoord op kunnen geven.

Op de drie algemeen aangenomen vormen is nog wel wat aan te merken. In het theoretisch kader is het veranderende medialandschap besproken. Kinderen hebben steeds meer toegang tot verschillende media. Dit is ook opgemerkt door een aantal van de respondenten. Door dit veranderende medialandschap is het de vraag of de drie vormen nog wel opgaan. Vraagt dit nieuwe landschap niet om een nieuwe manier van handelen door ouders? Het antwoord op deze vraag vereist een nieuw onderzoek waarin het medialandschap nauwkeurig uiteen is gezet en onderzocht. Dit betekent niet dat we niets meer hebben aan de drie vormen van mediaopvoeding en de eerder uitgevoerde onderzoeken naar mediaopvoeding met betrekking tot televisie. Er is al eerder besproken dat televisie nog steeds een veel gebruikt medium is. En de positieve en negatieve effecten ervan gaan ook nog steeds op. Alleen zou ouderlijke begeleiding bij televisie voor een hedendaags beeld in een breder perspectief met andere media geplaatst moeten worden.

Wat weten we verder over mediaopvoeding? Aan de ene kant veel, aan de andere kant toch ook vrij weinig. Het resultatenhoofdstuk laat gericht zien naar welke onderwerpen al onderzoek is gedaan en naar welke onderwerpen minder. Bovendien geeft paragraaf 4.1.2 inzicht in de variabelen waar onderzoek naar is gedaan. Paragraaf 2.5 heeft aangetoond dat er veel factoren meespelen in de uitoefening van mediaopvoeding. Veel van deze factoren, zoals opleidingsniveau van de ouders en geslacht van het kind, zijn onderzocht. Maar wat de antwoorden op deze vragen ook laten zien, is dat veel van de eigenschappen van ouders en kinderen slechts enkele keren zijn onderzocht en dat de uitkomsten elkaar soms tegen spreken. Hierdoor weten we wel wat er is onderzocht, maar niet wat dit nu precies zegt. Er zijn geen eenduidige antwoorden. Uit het in kaart brengen van de uitkomsten van de eerder uitgevoerde onderzoeken is bevestigd dat mediaopvoeding negatieve effecten van televisie tegen kan gaan en dat positieve effecten worden versterkt. Maar ook hier geldt dat de uitkomsten niet altijd eenduidig zijn. Paragraaf 4.1.4 laat in een overzicht zien voor welke effecten dit opgaat en welke niet. Kortom, we weten grotendeels wat is onderzocht, maar veelal niet wat we met de uitkomsten kunnen.

Hoe is mediaopvoeding onderzocht

De antwoorden op de vragen 12 tot en met 19 van het codeerschema laten gericht zien hoe de onderzoeken naar mediaopvoeding zijn uitgevoerd. Hieronder worden deze bevindingen samengevat en besproken. Uit de methodologie van de onderzoeken blijkt dat bijna driekwart van de onderzoeken cross-sectioneel en aan de hand van enquêtes is uitgevoerd. Dit hoge aantal is te verklaren doordat het een snelle manier van onderzoek doen is vergeleken met longitudinale studies en interviews. Die zijn vaak wat tijdsintensiever. Maar voor meer diepgang en een beeld van de ontwikkelingen van mediaopvoeding over tijd zou dit toch echt meer uitgevoerd moeten worden. Iets wat in bijna alle interviews ook naar voren is gekomen. Vanuit de wetenschap is hier dus ook vraag naar.

De transparantie van de eerder uitgevoerde onderzoeken laat op sommige vlakken te wensen over. Het percentage artikelen waarin alle items worden genoemd is met 59% aan de lage kant. En het percentage artikelen waarin het eigen empirische onderzoek niet nader is verklaard is met 50% erg hoog. De exacte methodologie en het gehanteerde meetinstrument zijn niet inzichtelijk. Dit bemoeilijkt het om gerichte uitspraken te doen over de gehanteerde methodologie. Wat daarentegen wel geconcludeerd kan worden, is dat sommige vormen van mediaopvoeding aan de hand van bepaalde antwoordcategorieën worden onderzocht. Of dit dan ook daadwerkelijk de beste antwoordcategorieën zijn, is op basis van dit onderzoek niet te beantwoorden. Maar het is wel interessant voor vervolgonderzoek om vanuit dit punt verder te gaan.

Ondanks het soms beperkte inzicht in de methodologie kan nog een conclusie worden getrokken. Onderzoeken naar mediaopvoeding staan vrij op zichzelf. Er wordt weinig gebruik gemaakt van eerdere onderzoeken. Dit blijkt onder meer uit vraag 15, waarin wordt gekeken of er bestaande items en schalen worden gehanteerd. Eigen empirisch onderzoek scoort vrij hoog en a priori onderzoek juist laag. Als elk onderzoek een eigen richting in slaat, is het moeilijk om tot één inzicht te komen. Dit houdt niet in dat elk onderzoek zich op eerder onderzoek moet baseren. Maar een kritische bespreking van eerdere onderzoeken en een verantwoording voor het opzetten van eigen vormen en items is dan wel raadzaam. Zo worden verschillende studies meer samengebracht.

Hoe denken experts over mediaopvoeding

De opvattingen van de respondenten over mediaopvoeding zijn al omschreven in paragraaf 4.2. In de secties hierboven zit ook al een aantal conclusies verweven. Toch zijn er nog een paar aspecten die uitgelicht dienen te worden. De respondenten hebben voor zichzelf duidelijk voor ogen wat mediaopvoeding is en hoe dit uitgeoefend kan worden. Opvallend is dat in meerdere interviews naar voren is gekomen dat mediaopvoeding onderdeel is van de normale dagelijkse opvoeding en dat het ook meer zo benaderd moet worden. Bij de vorming van het theoretisch kader en in de literatuurstudie is dit niet naar voren gekomen. Dat het als onderdeel van het dagelijks leven gezien kan worden, is een nieuwe aanvulling op het begrip mediaopvoeding en zou tot een nieuwe benadering ervan kunnen leiden. Wellicht dat een vervolgstudie hier meer invulling in kan geven.

Uit de interviews blijkt dat mediaopvoeding van groot belang is en dat meer ouders zich hiervan bewust zouden moeten worden. Niet alleen omdat het kinderen kan beschermen tegen negatieve effecten, maar ook omdat het kinderen kan helpen in hun ontwikkeling. Dit sluit aan op de bevindingen van het theoretisch kader waarin de negatieve en positieve effecten van media zijn uiteengezet en staat uitgelegd hoe mediaopvoeding dit kan beïnvloeden.

De antwoorden van alle zeven respondenten op de eerste interviewvragen (over mediaopvoeding, de vormen ervan, de bruikbaarheid van eerdere onderzoeken en de rol van televisie in het huidige medialandschap) sloten redelijk op elkaar aan. Hier en daar weken antwoorden af. Maar over het algemeen was er wel een rode draad in te vinden. Er is daarentegen veel verdeeldheid over waar nog onderzoek naar moet worden gedaan. Elke respondent komt met andere aspecten en suggesties, waardoor het moeilijk is om tot één antwoord te komen. Door de antwoorden op thema te sorteren en bespreken, is getracht hier zoveel mogelijk inzicht in te geven. De verschillende uitkomsten geven wel aan dat er vanuit de wetenschap meerdere vragen en behoeftes zijn.

5.2 Beperkingen van de studie

Deze thesis heeft de onderzoeken naar mediaopvoeding en televisie in kaart gebracht. Er zijn in totaal 96 onderzoeken samengevoegd in één verzamelwerk. Toch zijn er punten die in het achterhoofd gehouden moeten worden. Tot op zekere hoogte is er sprake van een totaalbeeld. Bij de zoektocht naar geschikte artikelen zijn deze 96 artikelen naar voren

gekomen. Een goed te onderzoeken aantal waardoor er geen geschikte artikelen af zijn gevallen door de noodzaak om de dataset in te perken. Maar ongetwijfeld zijn er onderzoeken die bij de zoektocht niet naar voren zijn gekomen. Het blijft altijd de vraag in hoeverre je kan spreken van een complete literatuurstudie. Dit is nooit haalbaar, maar er kan in ieder geval wel geprobeerd worden om zo veel mogelijk daar in de buurt te komen. Deze thesis komt in de richting, maar er zijn wel een aantal criteria waaraan de artikelen moesten voldoen die ervoor zorgen dat het totaalbeeld minder compleet is. Het jaar 1982 is als uitgangspunt genomen. Voor die tijd is echter al een aantal keer onderzoek gedaan naar mediaopvoeding en televisie. Onderzoeken gericht op films en reclames zijn uitgesloten, terwijl dit wel een onderdeel van televisie is. Studies in een andere taal dan Engels zijn ook uitgesloten.

Van de geanalyseerde artikelen is dan ook 71% afkomstig uit de Verenigde Staten. Zoals respondent 4 opmerkte, zijn deze onderzoeken zeker bruikbaar, maar moet er wel een vertaalslag worden gemaakt om de uitkomsten toe te kunnen passen op Nederland. De samenlevingen verschillen te veel van elkaar om resultaten te kunnen generaliseren. Vandaar dat de resultaten van deze thesis met voorzichtigheid moeten worden toegepast op Nederland.

Het codeerschema gaat relatief goed in op de omschrijvingen van mediaopvoeding en de gehanteerde methodologie. Het sluit goed aan op de onderzoeksvraag. Toch zou het schema nog meer uitgediept kunnen worden bij een breder onderzoek. Er zou bijvoorbeeld gekeken kunnen worden naar de keuze van vormen van mediaopvoeding van de auteurs. Is er een rede dat ze voor een bepaalde benaming en vorm kiezen? En is er een rede waarom ze een bepaalde vorm juist niet aannemen? Het gedeelte van het codeerschema wat de methodologie meet, zou ook nog iets meer de diepte in kunnen gaan. Als er schalen zijn overgenomen van een eerder onderzoek, en deze schalen staan niet genoemd in het nieuwe onderzoek, staan deze schalen dan wel nauwkeurig genoemd in het eerdere onderzoek? Kan uiteindelijk achterhaald worden waaruit de schalen precies bestaan? Of is hier echt geen transparantie in?

Met 96 artikelen en 20 vragen op het codeerschema is de omvang van de gegevens vrij groot. Er dan ook zijn ontzettend veel cijfers gepresenteerd in hoofdstuk 4. Om zo min mogelijk fouten hierin te laten komen, zijn alle berekeningen twee keer uitgevoerd. Zo zijn rekenfouten relatief goed uitgesloten. De berekeningen zijn gebaseerd op het Excel

document waarin de codeerschema's zijn geturfd. De schema's zijn met grote zorgvuldigheid ingevoerd. Dat sluit een enkele tikfout echter niet uit. Per tien ingevulde schema's is gekeken of er vreemde getallen in het document stonden om zo tijdig in te grijpen in eventuele fouten. Bovendien kon bij sommige vragen gecontroleerd worden of de ingevoerde cijfers overeen kwamen met het aantal ingevoerde codeerschema's (bij vragen met meerdere antwoordmogelijkheden kon dit echter niet). Deze controles hebben eventuele fouten zoveel mogelijk beperkt. Toch kan een enkele fout kan, zoals voor vrijwel elke studie opgaat, niet worden uitgesloten. De intercodeurbetrouwbaarheidstest heeft op basis van een steekproef wel de antwoorden op de verschillende vragen van het codeerschema bevestigd. Dit geeft meer zekerheid over de resultaten van de studie.

In het methodehoofdstuk is stap voor stap uitgelegd hoe de interviews zijn uitgewerkt en hoe de antwoorden tot stand zijn gekomen. Maar bij interviews moet altijd rekening worden gehouden dat het om een kwalitatief proces gaat (zie paragraaf 3.3.6). Er is getracht met een zo neutraal mogelijke kijk de interviews af te nemen en uit te werken. En door de controle van paragraaf 4.2 door twee van de respondenten is de betrouwbaarheid van het uitwerken van hun uitspraken en bijbehorende conclusies vergroot. Nadeel is dat dit voor de interviewverwerking van de overige vijf respondenten niet op gaat.

5.3 Toekomstig onderzoek

Uit de 96 geanalyseerde artikelen is gebleken waar in de onderzoeken naar mediaopvoeding al veel aandacht aan is besteed en waar nog ruimte voor onderzoek ligt. Veel eigenschappen van ouders en kind en hoe deze samenhangen met mediaopvoeding kunnen nog nader worden bestudeerd. In paragraaf 4.1.2 is in de tabellen en grafieken terug te vinden naar welke variabelen al veel onderzoek naar is gedaan en waar niet. Overige suggesties voor vervolgonderzoek gebaseerd op de literatuurstudie zijn al in bovenstaande paragraaf besproken, namelijk: wat is de positie van televisie en mediaopvoeding in het huidige medialandschap? Kunnen we dan nog steeds spreken van actieve mediatie, restrictieve mediatie en meekijken? Wat zijn de uitkomsten van mediaopvoeding bij een longitudinale studie en bij het afnemen van interviews?

De interviews hebben ook een aantal inzichten opgeleverd. Elke geïnterviewde heeft een aantal suggesties voor vervolgonderzoek gegeven. Zo zou eerst moeten worden vastgesteld wat televisie in het medialandschap van tegenwoordig is. Vallen programma's die

je op een laptop kijkt hier ook onder? En hoe zit het met het afspelen van allerlei televisieseries via de televisie? Een ander begrip wat eerst nader gedefinieerd moet worden voor het onderzocht gaat worden is meekijken. Wanneer precies is er sprake van meekijken door ouders? Als ze toevallig meekijken omdat ze het programma zelf ook leuk vinden? Of gaat het echt om de bewuste keuze om het kind te begeleiden? Veel onderzoeken hebben zich gericht op de opinies van ouders en kinderen, dus hoe zij het gebruik van mediaopvoeding ervaren. Er zou meer naar de ontwikkeling van het kind gekeken moeten worden. Belangrijk hierbij is de opmerking van een van de experts om het gezin als geheel meer centraal te stellen en niet één ouder of één kind. Dit blijkt ook sterk uit de analyses van de 96 artikelen: slechts drie onderzoeken hebben het gezin als geheel onderzocht/ondervraagd. Een ander aandachtspunt zou kunnen zijn om mediaopvoeding niet op te leggen, maar om kinderen meer zelf te laten nadenken. Regels opleggen en ze dingen vertellen is iets wat vaak voor komt, maar zo worden de kinderen alsnog niet bewust van wat ze nu precies doen en waarom een bepaald programma wel of niet goed voor ze is. Op basis van de interviews is ook gebleken dat mediaopvoeding wellicht meer als onderdeel van de alledaagse opvoeding gezien kan worden. Wat is dan de positie van mediaopvoeding in de normale opvoeding? En verandert dat iets aan de uitoefening van mediaopvoeding? En wat is de relatie tussen mediaopvoeding door ouders en mediaopvoeding door de overheid en media zelf?

Tot slot

In hoofdstuk 2 staan de effecten beschreven die media kunnen hebben op kinderen. Vraag 20 uit paragraaf 4.1 laat zien dat mediaopvoeding veel van deze effecten kan verminderen of versterken, ook al is er nog wel veel verdeeldheid over welke vorm dan precies het beste is in een bepaalde situatie. Het belang van mediaopvoeding mag dus zeker niet worden onderschat. Er is echter nog een flinke slag te slaan in de bekendheid ervan. Veel ouders zijn zich niet bewust van de manieren waarop ze kunnen ingrijpen in het mediagebruik van hun kind. En als ze er meer over te weten willen komen, is de juiste informatie vaak lastig te vinden zoals uit de interviews is gebleken. In paragraaf 4.2.4 is te lezen dat dit met verschillende probleempunten te maken kan hebben. Maar wat meerdere keren is benoemd is de beperkte vertaalslag van onderzoek naar praktijk. Wetenschap kan hier meer op inspelen. Er is al veel informatie over mediaopvoeding, het is duidelijk waar onderzoek zich

nog op moet richten en er is vraag vanuit ouders naar meer informatie over mediaopvoeding. Alles moet nu samen worden gebracht om ouders hier goed in te ondersteunen.

Literatuurlijst

*De artikelen met één * achter de naam zijn de artikelen uit de dataset. De artikelen met ** achter de naam zijn zowel gebruikt in het theoretische gedeelte als onderdeel van de dataset van geanalyseerde artikelen.*

Abelman, R. (1986). Children's awareness of television's prosocial fare : Parental discipline as an antecedent. *Journal of Family Issues*, 7(1), 51-66.

doi:10.1177/019251386007001004*

Abelman, R. (1999). Preaching to the choir: Profiling TV advisory ratings users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(4), 529-550. doi:10.1080/08838159909364508*

Abelman, R. (2001). Parents' use of content-based TV advisories. *Parenting: Science and Practicing*, 1(3), 237-265. doi:10.1207/S15327922PAR0103_04*

Abelman, R. (2007). Fighting the war on indecency: Mediating TV, internet, and videogame usage among achieving and underachieving gifted children. *Roeper Review*, 29(2), 100-112. doi:10.1080/02783190709554393*

Abelman, R. & Pettey, G. (1989). Child attributes as determinants of parental television-viewing mediation: The role of child giftedness. *Journal of Family Issues*, 10(2), 251-266. doi:10.1177/019251389010002006*

Abrol, U., Khan, N. & Shrivastva, P. (1993). Role of parents in children's television viewing. *Childhood*, 1(4), 212-219. doi:10.1177/090756829300100403*

An, S. & Lee, D. (2010). An integrated model of parental mediation: the effect of family communication on children's perception of television reality and negative viewing effects. *Asian journal of Communication*, 20(4), 389-403.

doi:10.1080/01292986.2010.496864*

Atkin, D., Heeter, C. & Baldwin, T. (1989). How presence of cable affects parental mediation of TV viewing. *Journalism Quarterly*, 66(3), 557-578. Geraadpleegd op <http://www.aejmc.org/>*

Austin, E. (1993). Exploring the effects of active parental mediation of television content. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37(2), 146-158. doi:10.1080/08838159309364212*

Austin, E., Bolls, P., Fujioka, Y. & Engelbertson, J. (1999). How and why parents take on the tube. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(2), 175-192. doi:10.1080/08838159909364483*

Austin, E. & Nach-Ferguson, b. (1995). Sources and influences of young school-age children's general and brand-specific knowledge about alcohol. *Health Communication*, 7(1), 1-20. doi:10.1207/s15327027hc0701_1*

Austin, E. & Pinkleton, B. (2001). The role of parental mediation in the political socialization process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 221-240. doi:10.1207/s15506878jobem4502_2*

Austin, E., Roberts, D. & Nass, C. (1990). Influences of family communication on children's television-interpretation processes. *Communication Research*, 17(4), 545-564. doi:10.1177/009365090017004008*

Babbie, E. (2008). *The basics of social research* (international student edition). Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Barr, R. & Wyss, N. (2008). Reenactment of televised content by 2-year-olds: Toddlers use language learned from television to solve a difficult imitation problem. *Infant Behavior and Development*, 31(4), 696-703. doi:10.1016/j.infbeh.2008.04.006*

- Barr, R., Zack, E., Garcia, A. & Muentner, P. (2008). Infants' attention and responsiveness to television increases with prior exposure and parental interaction. *Infancy, 13(1)*, 30-56. doi: 10.1080/15250000701779378*
- Barradas, D., Fulton, J., Blanck, H. & Huhman, M. (2007). Parental influences on youth television viewing. *Pediatrics, 151(4)*, 369-373. doi: 10.1016/j.jpeds.2007.04.069*
- Bersamin, M., Todd, M., Fisher, D., Hill, D., Grube, J. & Walker, S. (2008). Parenting practices and adolescent sexual behavior: A longitudinal study. *Journal of Marriage and Family, 70(1)*, 97-112. doi:10.1111/j.1741-3737.2007.00464.x*
- Böcking, S. & Böcking, T. (2003). Parental mediation of television. Test of a German-speaking scale and findings on the impact of parental attitudes, sociodemographic and family factors in German-speaking Switzerland. *Journal of Children and Media, 3(3)*, 286-302. doi:10.1080/17482790902999959*
- Boeije, H. (2005). Kwalitatief Onderzoek. In: 't Hart, H., Boeije, H. en Hox, J., *Onderzoeksmethoden* (pp. 253-289). Den Haag, Nederland: Boom Onderwijs.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1)*, 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Bryce, J. & Leichter, H. (1983). The family and television: Forms of mediation. *Journal of Family Issues, 4(2)*, 309-328. doi:10.1177/019251383004002004*
- Buerkel-Rothfuss, N. & Buerkel, R. (2001). Family mediation. In Bryant, J. & Bryant, A., *Television and the American family* (pp. 355-376). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.

- Buijzen, M., Van Der Molen, J. & Sondij, P. (2007). Parental mediation of children's emotional responses to a violent news event. *Communication Research*, 34(2), 212-230. doi: 10.1177/0093650206298070*
- Bybee, C.R., Robinson, D., & Turow, J. (1982). Determinants of parental guidance of children's television viewing for a special subgroup: Mass media scholars. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 26(3), 697-710. doi:10.1080/08838158209364038**
- Carlson, S., Fulton, J., Lee, S., Foley, J., Heitzler, C. & Huhman, M. (2010). Influence of limiting-setting and participation in physical activity on youth screen time. *Pediatrics*, 126(1), 89-96. doi: 10.1542/peds.2009-3374*
- Carlson, S., Laczniak, R. & Walsh, A. (2001). Socializing children about television: An intergenerational study. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(3), 276-288. doi:10.1007/bf02890785*
- Cheng, T., Brenner, R., Wright, J., Sachs, H. & Moyer, P. (2004). Children's violent television viewing: Are parents monitoring? *Pediatrics*, 114(1), 94-99. doi:10.1542/peds.114.1.94*
- Christakis, D., Garrison, M., Herrenkohl, T., Haggerty, K., Rivara, F., Zhou, C. & Liekweg, K (2013). Modifying media content for preschool children: A randomized controlled trail. *Pediatrics*, 131(3), 431-438. doi:10.1542/peds.2012-1493*
- Cillero, I., Jago R. & Sebire, S. (2011). Individual and social predictors of screen-viewing among Spanish school children. *European Journal of Pediatrics*, 170(1), 93-102. doi:10.1007/s00431-010-1276-6*
- Cortina, J. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104 doi:10.1037/0021-9010.78.1.98

- De Cock, R. (2012). Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations. *Journal of Children and Media*, 6(4), 485-501. doi: 10.1080/17482798.2012.740414*
- Desmond, R., Singer, J., Singer, D., Calam, R. & Colimore, K. (1985). Family mediation patterns and television viewing. Young children's use and grasp of the medium. *Human Communication Research*, 11(4), 461-480. Verkregen via correspondentie met auteur Desmond.*
- Dorr, A., Kovaric, P. & Doubleday, C. (1989). Parent-child coviewing of television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33(1), 35-51. doi:10.1080/08838158909364060 *
- Evans, C., Jordan, A. & Horner, J. (2011). Only two hours? : A qualitative study of the challenges parents perceive in restricting child television time. *Journal of Family Issues*, 32(9), 1223-1244. doi:10.1177/0192513X11400558*
- Fidler, A., Zack, E. & Barr, R. (2010). Television viewing patterns in 6- to 18-month-olds: The role of caregiver-infant interactional quality. *Infancy*, 15(2), 176-196. doi:10.1111/j.1532-7078.2009.00013.x*
- Fisher, D., Hill, D., Grube, J., Bersamin, M., Walker, S. & Gruber, E. (2009). Televised sexual content and parental mediation: Influences on adolescent sexuality. *Media Psychology*, 12(2), 121-147. doi:10.1080/15213260902849901*
- Fujioka, Y. Austin, E. (2002). The relationship of family communication patterns to parental mediation styles. *Communication Research*, 29(6), 642-665. doi:10.1177/009365002237830*
- Fujioka, Y. & Austin, E. (2003). The implications of vantage point in parental mediation of television and child's attitudes toward drinking alcohol. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(3), 418-434. doi:10.1207/s15506878jobem4703_6*

- Gentile, D., Nathanson, A., Rasmussen, E., Reimer R. & Walsh, D. (2012). Do you see what I see? Parent and child reports of parental monitoring of media. *Family Relations*, 61(3), 470-487. doi:10.1111/j.1741-3729.2012.00709.x*
- Greenfield, P. (1986). *Beeldbuiskinderen: over de effecten van televisie, computers en computerspellen*. Nijkerk, Nederland: Uitgeverij Intro.
- Guo, W. & Nathanson, A. (2011). The effects of parental mediation of sexual content on the sexual knowledge, attitudes, and behaviors of adolescents in the US. *Journal of Children and Media*, 5(4), 358-378. doi:10.1080/17482798.2011.587141*
- Harrison, K., Liechty, J. & The STRONG Kids Program (2012). US preschoolers' media exposure and dietary habits: The primacy of television and the limits of parental mediation. *Journal of Children and Media*, 6(1), 18-36. doi:10.1080/17482798.2011.633402*
- 't Hart, H., Boeije, H. & Hox, J. (2006). *Onderzoeksmethoden*. Den Haag, Nederland: Boom Onderwijs.
- Hijmans, E. & Wester, F. (2006). De kwalitatieve interviewstudie. In: Wester, F., Renckstorf, K. & Scheepers, P., *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 507-532). Alphen aan den Rijn, Nederland: Kluwer.
- Himmelweit, H.T., Oppenheim, A.N., & Vince, P. (1958). *Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young*. London, United Kingdom: Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press.
- Hoffner, C. & Buchanan, M. (2002). Parents' responses to television violence: The third-person perception, parental mediation, and support for censorship. *Media Psychology*, 4(3), 231-252. doi:10.1207/S1532785XMEP0403_02*

Hox, J. (2006). Operationaliseren, betrouwbaarheid en validiteit. In: 't Hart, H., Boeije, H. en Hox, J., *Onderzoeksmethoden* (pp. 149-176). Den Haag, Nederland: Boom Onderwijs.

Hust, S., Wong, W & Chen, Y. (2011). FCP and mediation styles: Factors associated with parent's intentions to let their children watch violent, sexual and family-oriented television content. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 380-399. doi:10.1080/08838151.2011.597465*

Izrael, P. (2013). Religiousness, values, and parental mediation of children's television viewing in Slovakia. *Journal of Children and Media*, 7(4), 507-524. doi:10.1080/17482798.2013.827129*

Jago, R., Davison, K., Thompson, J., Page, A., Brockman, R. & Fox, K. (2011). Parental sedentary restriction, maternal parenting style, and television viewing among 10- to 11-year-olds. *Pediatrics*, 128(3), 572-578. doi:10.1542/peds.2010-3664*

Jaidka, K., Khoo, C. & Na, J. (2013). Literature review writing: How information is selected and transformed. *Aslib Proceedings*, 65(3), 303-325. doi:10.1108/00012531311330665

Jennings, N. & Walker, B. (2009). Experiential mediation: Making meaningful differences with the "other parent". *Journal of Family Communication*, 9(1), 3-22. doi:10.1080/15267430802182597*

Jinqiu, Z. & Xiaoming, H. (2004). Parent-child co-viewing of television and cognitive development of the Chinese child. *International Journal of Early Years Education*, 12(1), 63-77. doi:10.1080/0966976042000182389*

Jordan, A., Hersey, J., McDivitt, A. & Heitzler, C. (2006). Reducing children's television-viewing time: A qualitative study of parents and their children. *Pediatrics*, 118(5), 1303-1310. doi:10.1542/peds.2006-0732*

- Kniveton, B. (1974). The very young and television violence. *Journal of Psychosomatic Research*, 18(4), 233-237. Geraadpleegd op <http://www.biomedsearch.com>
- Komaya, M. & Bowyer, J. (2000). College-educated mother's ideas about television and their active mediation of viewing by three- to five-year-old-children: Japan and the U.S.A. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(3), 349-363.
doi:10.1207/s15506878jobem4403_2**
- Koolstra, C. & Lucassen, N. (2004). Viewing behavior of children and TV guidance by parents: A comparison of parent and child reports. *Communications*, 29(2), 179-198.
Geraadpleegd op <http://www.degruyter.com>*
- Krosnick, J., Anand, S. & Hartl, S. (2003). Psychosocial predictors of heavy television viewing among preadolescents and adolescents. *Basic and Applied Social Psychology*, 25(2), 87-110. doi:10.1207/S15324834BASP2502_1*
- Kytömäki, J. (1998). Parental control and regulation of schoolchildren's television viewing. *Nordicom Review*, 19(2), 49-61. Geraadpleegd op <http://www.nordicom.gu.se/>*
- Landsmeer, N., L'Hoir, M., Schoenmakers, T. & Pillen, S. (2014). Ouders vinden het te moeilijk om bij te sturen. Kind en beeldscherm: een te hecht koppel. *Medisch Contact*, 21, 1038-1041. Geraadpleegd op <http://medischcontact.artsennet.nl/>
- Lin, C. & Atkin, D. (1989). Parental mediation and rulemaking for adolescent use of television and VCRs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33(1), 53-67.
doi:10.1080/08838158909364061*
- Linder, J. & Werner, N. (2012). Relationally aggressive media exposure and children's normative beliefs: Does parental mediation matter? *Family Relations*, 61(3), 488-500.
doi:10.1111/j.1741-3729.2012.00707.x*

- Livingstone, S. (2007). Strategies of parental regulation in the media-rich home. *Computers in Human Behavior*, 23(2), 920-941. doi:10.1016/j.chb.2005.08.002*
- Livingstone, S. & Helsper E. (2008). Parental mediation and children's internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599. doi: 10.1080/08838150802437396
- Maso, I. (1987). *Kwalitatief Onderzoek*. Amsterdam, Nederland: Boom.
- McDonald, D. (2004). Twentieth-Century media effects research. In: Downing, J., McQuail, D., Schlesinger, P. & Wartella, A. *The SAGE handbook of media studies* (p. 183-200). Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Mendoza, K. (2009). Surveying parental mediation: Connections, challenges and questions for media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 28-41. Geraadpleegd op <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/>
- Mijn Kind Online (2013). *Iene miene media. Een onderzoek naar mediagebruik door kleine kinderen*. Een onderzoek in opdracht van Mediawijzer.net. Geraadpleegd op: <http://mijnkindonline.nl>
- Montgomery, K. (2000). Children's media culture in the new millennium: Mapping the digital landscape. *The Future of Children*, 10(2), 145-167. Geraadpleegd op: <http://www.futureofchildren.org>
- Morrison, M. & Krugman, D. (2001). A look at mass and computer mediated technologies: Understanding the roles of television and computers in the home. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(1), 135-161. doi:10.1207/s15506878jobem4501_9*

- Nair, S. & Thomas, P. (2013). Parental perception of their children's viewership of violence in television programmes. *International Journal of Research and Development – A Management Review*, 2(2), 30-36. Geraadpleegd op http://www.irdindia.in/journal_ijrdmr/*
- Nathanson, A. (1999). Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression. *Communication Research*, 26(2), 124-143. doi:10.1177/009365099026002002*
- Nathanson, A. (2001b). Parent and child perspectives on the presence and meaning of parental television mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 201-220. doi:10.1207/s15506878jobem4502_1*
- Nathanson, A. (2002). The unintended effects of parental mediation of television on adolescents. *Mediapsychology*, 4(3), 207-230. doi:10.1207/S1532785XMEP0403_01*
- Nathanson, A. (2004). Factual and evaluative approaches to modifying children's responses to violent television. *Journal of Communication*, 54(2), 321-336. doi:10.1111/j.1460-2466.2004.tb02631.x*
- Nathanson, A. & Botta, R. (2003). Shaping the effects of television on adolescents' body image disturbance: The role of parental mediation. *Communication Research*, 30(3), 304-331. doi:10.1177/0093650203030003003*
- Nathanson, A. & Cantor, J. (2000). Reducing the aggression-promoting effect of violent cartoons by increasing children's fictional involvement with the victim: A study of active mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(1), 125-142. doi:10.1207/s15506878jobem4401_9*
- Nathanson, A., Eveland, W., Park, H. & Paul, B. (2002). Perceived media influence and efficacy as predictors of caregivers' protective behaviors. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(3), 385-410. doi:10.1207/s15506878jobem4603_5*

- Nathanson, A., Sharp, M., Aladé, F., Rasmussen, E. & Christy, K. (2013). The relation between television exposure and theory of mind among preschoolers. *Journal of Communication*, 63(3), 1088-1108. doi:10.1111/jcom.12062*
- Nathanson, A., Wilson, B., McGee, J. & Sebastian, M. (2002). Counteracting the effects of female stereotypes on television via active mediation. *Journal of Communication*, 52(4), 922-937. doi:10.1111/j.1460-2466.2002.tb02581.x*
- Nathanson, A. & Yang, M. (2003). The effects of mediation content and form on children's responses to violent television. *Human Communication Research*, 29(1), 111-134. doi:10.1111/j.1468-2958.2003.tb00833.x*
- Natsiopoulou, T. & Melissa-Halikiopoulou, C. (2009). Effects of socioeconomic status on television viewing conditions of preschoolers in northern Greece. *Early Child Development and Care*, 179(4), 407-423. doi:10.1080/03004430701189044*
- Nikken, P. (2003). Twelve years of Dutch children's television: Efforts of public and commercial TV channels for children up to twelve years old. *Communications*, 28 (1), 33-52. Geraadpleegd op <http://www.degruyter.com/>
- Nikken, P. (June 2011). *On media, children and their parents*. A lecture given on the occasion of the public acceptance of the appointment as extraordinary professor of Children, media, and parental mediation in the Department of Media and Communication at the Erasmus School of History, Culture and Communication, Erasmus university of Rotterdam. Geraadpleegd op <http://repub.eur.nl/>
- Nikken, P. (2013). *Media-risico's voor kinderen: Een verkenning*. Utrecht, Nederland: Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd op <http://www.nji.nl/>
- Nikken, P., Bontje, D., Abell, O. & Verweij, S. (2013). *Speel digiwijs! Samen aan de slag met media voor jonge kinderen*. Tilburg, Nederland: Zwijzen.

- Notten, N. & Kraaykamp, G. (2009). Parents and the media. A study of social differentiation in parental media socialization. *Poetics*, 37(3), 185-200.
doi:10.1016/j.poetic.2009.03.001*
- Notten, N., Kraaykamp, G. & Konig, P. (2012). Family media matters: Unraveling the intergenerational Transmission of Reading and Television Tastes. *Sociological Perspectives*, 55(4), 683-706. doi:10.1525/sop.2012.55.4.683*
- Notten, N., Kraaykamp, G. & Tolsma, J. (2013). Parents, television and children's weight status. *Journal of Children and Media*, 7(2), 235-252.
doi:10.1080/17482798.2012.712917*
- Opgenhaffen, M., Vandenbosch, L., Eggermont, S. & Frison, E. (2012). Parental mediation of television viewing in the context of changing parent-child relationships in Belgium: A latent growth curve analysis in early and middle adolescence. *Journal of Children and the Media*, 6(4), 469-484. doi:10.1080/17482798.2012.693051*
- Paavonen, E., Roine, M., Pennonen, M & Lahikainen, A. (2009). Do parental co-viewing and discussions mitigate TV-induced fears in young children? *Child: care, health and development*, 35(6), 773-780. doi:10.1111/j.1365-2214.2009.01009.x*
- Padilla-Walker, L. & Coyne, S. (2011). "Turn that thing off!" parent and adolescent predictors of proactive media monitoring. *Journal of Adolescence*, 34(4), 705-715.
doi:10.1016/j.adolescence.2010.09.002*
- Parkes, A., Wight, D., Hunt, K., Henderson, M. & Sargent, J. (2013). Are sexual media exposure, parental restrictions on media use and co-viewing TV and DVDs with parents and friends associated with teenagers' early sexual behaviour? *Journal of Adolescence*, 36(6), 1121-1133. doi:10.1016/j.adolescence.2013.08.019*

- Pempek, T., Demers, L., Hanson, K., Kirkorian, H. & Anderson, D. (2011). The impact of infant-directed videos on parent-child interaction. *Journal of Applied Developmental Psychology, 32*, 10-19. doi:10.1016/j.appdev.2010.10.001*
- Rideout, V., Foehr, U., & Roberts, D. (2010). *Generation M2: Media in the lives of 8-to 18-year-olds*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- Rothschild, N. & Morgan, M. (1987). Cohesion and control: Adolescents' relationships with parents as mediators of television. *The Journal of Early Adolescence, 7*(3), 299-314. doi:10.1177/0272431687073006*
- Sandstig, G. (2013). The influence of parental perceptions of media influences on co-viewing/using media and instructive mediation with younger children. *Journal of Mass Communication and Journalism, 3*(5), 1-5. doi:10.4172/2165-7912.1000163*
- Sang, F., Schmitz, B. & Tasche, K. (1991). Developmental trends in television coviewing of parent-child dyads. *Journal of Youth and Adolescence, 22*(5), 531-542. doi:10.1007/BF01537714*
- Schofield Clark, L. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication Theory, 21*(4), 323- 343. doi:10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x
- Schooler, D., Kim, J. & Sorsoli, L. (2006). Setting rules or sitting down: Parental mediation of television consumption and adolescent self-esteem, body image, and sexuality. *Journal of the National Sexuality Resource Center, 3*(4), 49-62. doi:10.1525/srsp.2006.3.4.49*
- Singer, D. & Singer, J. (2001). *Handbook of children and the media*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Springer, A., Kelder, S., Barroso, C., Drenner, K., Shegog, R., Ranjit, N. & Hoelscher, D. (2010). Parental influences on television watching among children living on the Texas-Mexico border. *Preventive Medicine, 51*(2), 112-117. doi:10.1016/j.yjpm.2010.05.013*

- StPeters, M., Fitch, M., Huston, A., Wright, J. & Eakins, D. (1991). Television and families: What do young children watch with their parents? *Child Development*, 62(6), 1409-1423. doi:10.1111/j.1467-8624.1991.tb01614.x*
- Strasburger, V. (2004). Children, adolescents, and media. *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 34(2), 54-113. doi:10.1016/j.cppeds.2003.08.001
- Sun, T. (2009). Parental mediation of children's TV viewing in China: An urban-rural comparison. *Young Consumers*, 10(3), 188-198. doi:10.1108/17473610910986008**
- Tanski, S., Cin, S., Stoolmiller, M. & Sargent, J. (2010). Parental R-rated movie restriction and early-onset alcohol use. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 71(3), 452-459. Geraadpleegd op <http://www.jsad.com/>*
- Taras, H., Sallis, j., Nader, P. & Nelson, J. (1990). Children's television-viewing habits and the family environment. *American Journal of Diseases of Children*, 144(3), 357-359. doi:10.1001/archpedi.1990.02150270107036*
- Thompson, E., Albert, M. & Gunther, A. (2007). Cigarettes and cinema: Does parental restriction of R-rated movie viewing reduce adolescent smoking susceptibility? *Journal of Adolescent Health*, 40(2), 181.e1-181.e6. doi:10.1016/j.jadohealth.2006.09.017*
- Tidar, C. & Levinsohn, H. (1997). Parental mediation of children's viewing in a changing television environment. *Journal of Educational Media*, 23(2-3), 141-155. doi:10.1080/1358165970230204*
- Torrecillas-Lacave, T. (2013). Parents' attitudes toward children's TV consumption: Mediation styles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 27-53. doi: 10.4185/RLCS-2013-968en*
- Valkenburg, P. (2008). *Beeldschermkinderen: Theorieën over kind en media*. 2e druk. Amsterdam, Nederland: Boom.

- Valkenburg, P., Krcmar, M., Peeters, A. & Marseille, N. (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: Instructive mediation, restrictive mediation, and social coviewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 52-66. doi:10.1080/08838159909364474*
- Van Den Bulck, J. & Van Den Bergh, B. (2000). The influence of perceived parental guidance patterns on children's media use: Gender differences and media displacement. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(3), 329-348. doi:10.1207/s15506878jobem4403_1*
- Van Der Voort, T., Nikken, P. & Van Lil, J. (1992). Determinants of parental guidance of children's television study: A Dutch replication study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36(1), 61-74. doi:10.1080/08838159209364154*
- Vandewater, E., Park, S., Huang, X. & Wartella, E. (2005). "No- you can't watch that": Parental rules and young children's media use. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 608-623. doi:10.1177/0002764204271497*
- Van Driel M. (2003). *Verklarende woordenlijst voor evidence-based medicine*. 2de herziene druk. Gent: Minerva.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. London, United Kingdom: Sage Publications.
- Verma, D. & Kapoor, N. (2004). Influence of TV advertisements on children's buying response: Role of parent-child interaction. *Global Business Review*, 5(1), 51-71. doi:10.1177/097215090400500104
- Vittrup, B. (2009). What us parents don't know about their children's television. Discrepancies between parents' and children's reports. *Journal of Children and Media*, 3(1), 51-67. doi:10.1080/17482790802576972*

- Vittrup, B. & Holden, G. (2011). Exploring the impact of educational television and parent-child discussions on children's racial attitudes. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 11(1), 82-104. doi:10.1111/j.1530-2415.2010.01223.x*
- Warren, R. (2001). In words and deeds: Parental involvement and mediation of children's television viewing. *The Journal of Family Communication*, 1(4), 211-231. doi:10.1207/S15327698JFC0104_01*
- Warren, R. (2003). Parental mediation of preschool children's television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(3), 394-417. doi:10.1207/s15506878jobem4703_5*
- Warren, R. (2005). Parental mediation of children's television viewing in low-income families. *Journal of Communication*, 55(4), 847-863. doi:10.1111/j.1460-2466.2005.tb03026.x*
- Warren, R., Gerke, P. & Kelly, M. (2002). Is there enough time on the clock? Parental involvement and mediation of children's television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 87-111. doi:10.1207/s15506878jobem4601_6*
- Wester, F., & Pleijter, A. (2006). Inhoudsanalyse als kwalitatief-interpreterende wijze. In: Wester, F., Renckstorf, K. & Scheepers, P., *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap* (pp. 575-599). Alphen aan den Rijn, Nederland: Kluwer.
- Yalçın, S., Tuğrul, B., Naçar, N., Tuncer, M. & Yurdakök, K. (2002). Factors that affect television viewing time in preschool and primary schoolchildren. *Pediatrics International*, 44(6), 622-627. doi:10.1046/j.1442-200X.2002.01648.x*
- Zhao, Y. & Phillips, B. (2013). Parental influence on children during educational television viewing in immigrant families. *Infant and Child Development*, 22(4), 401-421. doi:10.1002/icd.1798*

Appendix A: Het codeerschema

Titel:
Auteur(s):
Jaartal:
Tijdschrift/boek:

MEDIAOPVOEDING IN HET ALGEMEEN

1. Wordt mediaopvoeding (parental mediation) in de inleiding gedefinieerd?

- Nee
- Ja, zie pagina _____

2. Worden ouderlijke gedragingen of vormen van mediaopvoeding (parental mediation) genoemd of omschreven in de inleiding?

- Nee
- Ja, namelijk _____

3. Welke vormen van mediaopvoeding (parental mediation) worden uiteindelijk onderzocht?

4. Verwijzen de auteurs naar andere auteurs op wie ze zich met deze vormen baseren?

- Nee
- Ja, namelijk _____

HET ONDERZOEKSONDERWERP EN EIGENSCHAPPEN VAN DE RESPONDENTEN

5. Wat is/zijn de onderzoeksvraag/onderzoeksvragen of hypothese(s)?

6. Wordt een bepaald televisiegenre onderzocht? (reclame, video, geweld etc.) Zo ja welke?

7. Voor de analyse zijn gegevens van de volgende respondenten gebruikt (meerdere antwoorden mogelijk):

- Ouders. N = _____
- Kinderen. N = _____
- Anders, namelijk _____

8. Wat is het profiel van de ouders in kernwoorden? (Alleen opvallende/ afwijkende kenmerken noemen):

9. Wat is de leeftijd van de kinderen waar onderzoek naar wordt gedaan? _____

10. Wat is het profiel van de kinderen in kernwoorden? (Alleen opvallende/ afwijkende kenmerken noemen):

11. Wat is de herkomst van de respondenten (land): _____

METHODOLOGIE VAN HET ONDERZOEK

12. Het onderzoek is:

- Cross-sectioneel
- Longitudinaal. Tijdsbestek en aantal waves = _____
- Experiment
- Anders, namelijk _____

13. Hoe zijn de data verzameld? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Schriftelijke enquête
- Online enquête
- Telefonische enquête
- Telefonische open interviews
- Face-to-face open interviews
- Observaties
- Anders, namelijk _____

14. Worden de individuele items van de vormen van mediatie genoemd?

- Nee
- Ja, er worden enkele voorbeelden van items genoemd. Zie pagina _____
- Ja, alle items worden genoemd. Zie pagina _____

15. Hoe zijn deze individuele items tot schalen geconstrueerd? (Dit kan ook 1-item schalen betreffen)

- Eigen empirisch onderzoek: niet nader verklaard
- Eigen empirisch onderzoek: via factoranalyse
- A priori: zonder factoranalyse. Op basis van _____
- A priori: met bevestigende factoranalyse. Op basis van _____
- Eigen empirisch onderzoek en factoranalyse. Op basis van _____

16. Indien PCA of factoranalyse: zijn er items in de uiteindelijke schalen opgenomen die in de factoranalyse een lading hebben hoger dan .35 op meer dan 1 factor? Welke items?

17. Indien PCA of factoranalyse: zijn er items die uiteindelijk na de factoranalyse niet zijn opgenomen? Welke items?

18. Wordt de validiteitswaarde Cronbach's alpha genoemd? Wat is/zijn de waarde(s) en over hoeveel items is elk van deze waarde berekend?

19. Wat zijn de gebruikte antwoordcategorieën per vorm van mediatie? En wat zijn de bijbehorende (schaal-)waarden?

UITKOMSTEN VAN HET ONDERZOEK

20. Wat zijn in kernwoorden de uitkomsten van het onderzoek?

Appendix B: De interviewvragen

Eerste gespreksonderwerp:

Wat is uw eigen onderzoeksterrein?

Wat voor onderzoek heeft u gedaan naar media en/of kinderen?

Centrale gespreksonderwerpen:

Mediaopvoeding

1. Wat is in uw ogen mediaopvoeding?
2. Bent u bekend met de verschillende manieren waarop mediaopvoeding uitgeoefend kan worden? Zo ja, welke? Wat is naar uw idee de beste manier?
3. Hoe belangrijk acht u mediaopvoeding?

Eerdere onderzoeken

4. Bent u bekend met onderzoeken op het gebied van mediaopvoeding en tv? Zo ja, welke/van wie?
5. Hebben we nog wat aan deze tv-onderzoeken? Waarom wel/ waarom niet?
6. In hoeverre denkt u dat deze onderzoeken nog relevant zijn in het huidige medialandschap?

Methodologie

7. Denkt u dat onderzoek naar mediaopvoeding zich het best kan richten op het perspectief van het kind of van de ouders?
8. Als u onderzoek naar de mediaopvoeding van ouders zou (laten) uitvoeren, hoe zou u dat dan het liefste (laten) doen?
9. Waar denkt u dat nog ruimte ligt voor onderzoek?

Beschikbaarheid informatie over mediaopvoeding

10. Is er naar uw idee voldoende overzichtelijke informatie voor ouders over mediaopvoeding?

Appendix C: Definities mediaopvoeding uit de literatuur

Citaat 1, in drie artikelen genoemd: “Some form of active effort by parents and others to translate the complexities of the physical and social environment, as well as the television medium, into terms capable of comprehension by children at various levels of cognitive development.” (Desmond, Singer, Singer, Calam, & Colimore, 1985, p. 463)

Citaat 2: “Any strategy parents use to control, supervise, or interpret content for children and adolescents. Such parental guidance of children’s television viewing has been considered key to overcoming television’s potential negative effects.” (Warren, 2002, p. 202)

Citaat 3: “Interactions with children about television. The interaction can take place before, during, or after viewing.” (Nathanson, 2001a, zoals geciteerd in Bersamin, Todd, Fisher, Hill, Grube, & Walker, 2008, p. 99)

Citaat 4: “Those processes by which the family (or other institutions) filters educational influences – the processes by which it screens, interprets, criticizes, reinforces, complements, counteracts, refracts, and transforms.” (Leichter, 1979, p. 32)

Citaat 5: “The active discussion of television content with a child.” (Austin, 1993a, zoals geciteerd in Fujioka & Austin, 2002, p. 645).

Citaat 6: “Discussing programmes, helping to make programmes understandable and influencing viewing decisions through discussion – to disapprove of certain types of programmes and encourage watching others.” (Lin & Atkin, 1989, zoals geciteerd in Kytömäki, 1998, p. 18).

Citaat 7: “Input by the parent aimed at countering or endorsing the message to help the child make sense of the content.” (Pempek, Demers, Hanson, Kirkorian, & Anderson, 2011, p. 11).

Citaat 8: "Parental communication aimed at restricting children's television consumption."
(Lin & Atkin, 1989, zoals geciteerd in Van Den Bulck & Van Den Bergh, 2000, p. 330).

Appendix D: De onderzoeksonderwerpen van de artikelen

Onderstaand zijn slechts korte verwijzingen naar de artikelen. De volledige referenties zijn terug te vinden in de literatuurlijst.

Prevalentie

Abelman (1999)
Böcking & Böcking (2003)
Bybee, Robinson & Turrow (1982)
Cheng, Brenner, Wright, Sachs, Moyer & Rao (2004)
Dorr, Kovaric & Doubleday (1989)
Izrael (2013)
Jordan, Hersey, McDivitt & Heitzler (2006)
Komaya & Bowyer (2000)
Koolstra & Lucassen (2004)
Livingstone (2007)
Nair & Thomas (2013)
Nathanson, Eveland, Paul & Park (2002)
Natsiopoulou & Halikiopoulou (2009)
Opgenhaffen, Van Den Bosch, Eggermont & Frison (2012)
Sandstig (2013)
Sang, Schmitz & Tasche (1993)
StPeters, Fitch, Huston, Wright & Eakins (1991)
Taras, Sallis, Nader & Nelson (1990)
Tidhar & Levinsohn (1997)
Torrecillas-Lacave (2013)
Valkenburg, Krcmar, Peeters & Marseille (1999)
Warren (2003)
Yalçın, Tuğrul, Naçar, Tuncer & Yurdakök (2002)

Voorspelling

Voorspellingen in het algemeen/ groot aantal voorspellingen

- Barr, Zack, Garcia & Muentner (2008)
- Barradas, Fulton, Blanck & Huhman (2007)
- Cheng, Brenner, Wright, Sachs, Moyer & Rao (2004)
- Cillero & Sebire (2011)
- Dorr, Kovaric & Doubleday (1989)
- Izrael (2013)
- Jennings & Walker (2009)
- Komaya & Bowyer (2000)
- Krosnick, Anand & Hartl (2003)
- Notten & Kraaykamp (2009)
- Padilla-Walker & Coyne (2011)
- StPeters, Fitch, Huston, Wright & Eakins (1991)
- Valkenburg, Krcmar, Peeters & Marseille (1999)
- Van Der Voort, Nikken & Van Lil (1992)
- Vandewater, Park & Wartella (2005)
- Warren, Gerke & Kelly (2002)

Socio-demografische factoren

- Abelman (2001)
- Böcking & Böcking (2003)
- Bybee (1982)
- Gentile, Nathanson, Rasmussen, Reimer & Walsh (2012)
- Hust, Wong & Chen (2011)
- Lin & Atkin (1989)
- Natsiopoulou & Halikiopoulou (2009)
- Sun (2009)

Houding en betrokkenheid van ouders m.b.t. televisie en hun eigen mediaconsumptie

- Austin, Bolls, Fujioka & Engelbertson (1999)
- Nathanson (2001b)
- Notten, Kraaykamp & Konig (2012)
- Notten, Kraaykamp & Tolsman (2013)
- Sandstig (2013)
- Schooler, Kim & Sorsoli (2006)
- Warren (2001)
- Yalçin, Tuğrul, Naçar, Tuncer & Yurdakök (2002)

Inkomsten

- Vittrup (2009)
- Warren (2005)

Hoogbegaafde en laagbegaafde en onderpresterende kinderen

- Abelman (2007)
- Abelman & Pettey (1989)

Profiel ouders

- Abrol, Khan & Shrivastva (1993)
- Carlson, Laczniak & Walsh (2001)

Overig

- Kabel en gewone televisie: Atkin, Heeter & Baldwin (1989)
- Communicatiestijlen: Fujioka & Austin (2002)
- Social environment en media environment: Morrison & Krugman (2001)
- Home environment: Springer, Kelder, Barroso, Drenner, Shegog, Ranjit, Hoelscher (2010)
- Immigranten: Zhao & Phillips (2013)

Effecten

Effecten in het algemeen of meer dan twee effecten

- An & Lee (2010)
- Barr & Wyss (2008)
- Carlson, Fulton, Lee, Foley, Heitzler & Huhman (2010)
- Krosnick, Anand & Hartl (2003)
- Nathanson (2004)
- Nathanson, Wilson, McGee & Sebastian (2002)
- Nathanson & Yang (2003)
- Pempek, Demers, Hanson, Kirkorian & Anderson (2011)
- Schooler, Kim & Sorsoli (2006)
- Vandewater, Park & Wartella (2005)

Emoties (angst, woede, agressie)

- Buijzen, Van Der Molen & Sondij (2007)
- De Cock (2012)
- Linder & Werner (2012)
- Nathanson (1999)
- Nathanson & Cantor (2000)
- Paavonen, Roine, Pennonen & Lahikainen (2009)

(Realiteits)begrip

- An & Lee (2010)
- Austin, Roberts & Nass (1990)
- Desmond, Singer, Singer, Calam & Colimore (1985)
- Jinqiu & Xiaoming (2004)

Seksuele activiteiten

- Bersamin, Todd, Fisher, Hill, Grube & Walker (2008)
- Fisher, Hill, Grube, Bersamin, Walker & Gruber (2009)
- Guo & Nathanson (2011)
- Parkes, Wight, Hunt, Henderson, Sargent (2013)

Kijktijd

- Barr, Zack, Garcia & Muentner (2008)
- Fidler, Zack & Barr (2010)
- Jago, Davison, Thompson, Page, Brockman & Fox (2011)
- Springer, Kelder, Barroso, Drenner, Shegog, Ranjit & Hoelscher (2010)

Kennis over en gebruik van alcohol en tabak

- Austin & Nach-Ferguson (1995)
- Tanski, Cin, Stoolmiller & Sargent (2010)
- Thompson & Gunther (2007)

Voeding, lichaamsgewicht en beeld over lichaam

- Harrison, Liechty & The STRONG Kids Program (2011)
- Nathanson & Botta (2003)
- Notten, Kraaykamp & Tolsma (2013)

Gedrag/ houding

- Abelman (1986)
- Christakis, Garrison, Herrenkohl, Haggerty, Rivara, Zhou & Liekweg (2013)

Cognitieve/ psychische ontwikkeling

- Jinqiu & Xiaoming, 2004
- Nathanson, Sharp, Aladé, Rasmussen & Christy, 2013

Kennis en betrokkenheid staatszaken

- Austin (1993)
- Austin & Pinkleton (2001)

Overig

- Houding tegenover ouders en inhoud programma: Nathanson (2002)
- Mediasmaak: Notten, Kraaykamp & Konig (2012)
- Kennis van televisie: Rothschild (1987)
- Mediagebruik: Van Den Bulck & Van Den Bergh (2000)
- Houding tegenover mensen andere etniciteit: Vittrup & Holden (2011)

Perceptie

Perceptie/rapporten ouders en kind en verschillen onderling

- Carlson, Laczniak & Welsh (2001)
- De Cock (2012)
- Fujioka & Austin (2003)
- Hoffner & Buchanan (2002)
- Koolstra & Lucassen (2004)
- Nathanson (2001b)
- Vittrup (2009)

Perceptie van ouders

- Kytömäki (1998)
- Nair & Thomas (2013)

Overig

Is de schaal van Bybee et al. of Valkenburg et al. toepasbaar

- Böcking & Böcking (2003)
- Izrael (2013)
- Van Der Voort, Nikken & Van Lil (1992)

Welke stijlen van mediaopvoeding zijn er

- Bryce & Leichter (1983)
- Valkenburg, Krömer, Peeters & Marseille (1999)

Welke uitdagingen komen ouders tegen bij de uitoefening van mediaopvoeding

- Evans, Jordan & Horner (2011)