

De klassieke Kijkwijzer in de moderne tijd

Een exploratief onderzoek naar de opvattingen van ouders over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content.

Student: Florian Lallemand de Driesen
Studentnummer: 417928

Begeleider: Prof. dr. Peter Nikken

Master Media Studies - Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master Thesis
Juni 2016

ABSTRACT

In 2001 werd de Kijkwijzer ingevoerd, een classificatiesysteem dat in Nederland wordt gebruikt om bioscoopfilms, videofilms, dvd's en televisieprogramma's van informatie te voorzien over de mogelijk schadelijke effecten voor jonge kijkers. Sinds 2001 is er echter veel veranderd op maatschappelijk en technologisch gebied. Zo is het aantal beeldschermen per gezin sterk gestegen en is de manier van film en televisie kijken veranderd: Mede dankzij de groei van het internet, kan op elk moment van de dag, elk gewenst programma of film bekeken worden. Bovendien is een nieuw soort video geïntroduceerd, waar het internet mee vol staat: user-generated content. Het lijkt er op dat het voor ouders alsmaar moeilijker wordt om te controleren wat hun kinderen kijken. In dit onderzoek is getracht een beeld te krijgen van hoe ouders denken over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het kunnen uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content. Dertien kwalitatieve interviews zijn gehouden met ouders van kinderen tussen de drie en zestien jaar, waarin gezocht is naar de manier waarop ouders hun kinderen opvoeden op het gebied van media, mogelijke problemen die zij daarbij tegenkomen en hun opvattingen over Kijkwijzer en de huidige relevantie van dit classificatiesysteem. Uit de gesprekken kan geconcludeerd worden dat de meeste ouders veel waarde hechten aan de mediaopvoeding van hun kinderen. Veel ouders stellen regels die betrekking hebben op tijdslimieten, en de grote meerderheid geeft aan goed op de hoogte te zijn van het mediagedrag van hun kinderen. Het feit dat user-generated content zo toegankelijk is voor kinderen, waardoor zij mogelijk ongeschikte beelden zien, wordt door de ouders erg bekritiseerd, maar het bereiken van een goede oplossing blijkt volgens vele ouders (nog) onhaalbaar. Als ondersteuning voor het kijkgedrag van kinderen, vinden ouders Kijkwijzer erg belangrijk. Desalniettemin moeten er wel veranderingen doorgevoerd worden, om de relevantie van Kijkwijzer te handhaven. De belangrijkste reden voor deze attitudes, is een gebrek aan informatievoorziening. Ouders wensen meer informatievoorziening met betrekking tot de schadelijke effecten van media, de betekenissen van de inhoudsclassificaties en de gevolgen van blootstelling van kinderen aan schadelijke beelden. Met dit onderzoek is enkel een inzicht verkregen in specifieke thuissituaties van een aantal ouders en op basis hiervan kunnen geen generaliserende uitspraken worden gedaan. Desondanks ligt de kracht van dit onderzoek in het bieden van een aantal goede voorbeelden van de omgang van ouders met verschillende vormen van mediatie en hun opvattingen over Kijkwijzer.

SLEUTELWOORDEN: *Kijkwijzer – Classificatiesystemen – Mediaopvoeding – Mediatie – Kinderen – Media – Mediaeffecten – User-generated content – Kwalitatief – Interviews*

Voorwoord

Mijn grote passie voor film heeft ervoor gezorgd dat ik bij de aanvang van de master Media & Journalistiek gelijk wist dat ik 'iets met film' wilde onderzoeken. Tijdens mijn stage bij het productiebedrijf CCCP deed ik redactiewerk voor *Ziggo TV* en was mijn taak onder andere om fragmenten uit films te selecteren, die tijdens de uitzending werden getoond. Vaak selecteerde ik bepaalde fragmenten niet, omdat ik in mijn achterhoofd had dat kinderen de fragmenten ook te zien konden krijgen, aangezien het programma gedurende hele dagen werd herhaald op het etalagekanaal van *Ziggo*. Steeds meer begon ik mij af te vragen hoe ouders hun kinderen tegenwoordig nog beschermen tegen schadelijke beelden en of Kijkwijzer nog wordt geraadpleegd. Deze masterthesis bood mij een uitgelezen kans om hier onderzoek naar te doen.

Het uitvoeren van dit onderzoek was niet mogelijk geweest, zonder de hulp van meerdere mensen. Ten eerste wil ik mijn begeleider prof. dr. Peter Nikken bedanken, die mij de afgelopen maanden heeft voorzien van literatuur, goede ideeën en een kritische blik op de verschillende fasen van het onderzoek. Daarnaast wil ik alle ouders bedanken, die hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Dankzij hun bereidheid om uitgebreid antwoord te geven op mijn vragen, hebben ze mij in staat gesteld om een goed beeld te krijgen van de problemen en vragen rondom het thema mediaopvoeding bij deze ouders thuis.

Veel leesplezier!

Florian Lallemand de Driesen,
Utrecht, juni 2016

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	6
2	Theoretisch kader	10
2.1	De ontwikkeling van keuringssystemen	10
2.2	De werking van Kijkwijzer	12
2.2.1	Leeftijdsclassificaties.....	13
2.2.2	Inhoudsclassificaties	14
2.3	Het nieuwe 'film' kijken	16
2.3.1	Het officiële filmaanbod	17
2.3.2	User-generated content	19
2.4	Effecten van mediagebruik op kinderen	20
2.4.1	Positieve effecten van media.....	20
2.4.2	Negatieve effecten van media.....	21
2.5	Mediaopvoeding	23
2.5.1	Wat is mediaopvoeding?	23
2.5.2	Vormen van mediaopvoeding.....	24
2.5.3	Negatieve effecten van mediaopvoeding.....	26
2.5.4	Ouderlijke behoefte aan opvoedinformatie	27
2.6	Probleemstelling	28
3	Methode	30
3.1	Het onderzoeksdesign: Kwalitatieve interviews	30
3.2	De topiclijst	31
3.3	Selectie van participanten.....	32
3.4	Afnameprocedure	33
3.5	Samenstelling van de participanten.....	33
3.5.1	Geen verschillen in opleiding en woonsituatie.....	34
3.6	Transcriptie	35
3.7	Data-analyse.....	35
3.8	Interne validiteit en betrouwbaarheid.....	36
4	Resultaten.....	37
4.1	DV 1: Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?	37
4.1.1	Beeldschermapparaten in huis	37
4.1.2	Hoe worden de beeldschermapparaten gebruikt?.....	39

4.1.3	Via welke kanalen worden films en programma's gekeken?	39
4.1.4	Op welke momenten wordt het meest gekeken naar films en programma's?	40
4.1.5	Weten ouders wat hun kinderen kijken?.....	41
4.1.6	Waarom vinden ouders het (on)belangrijk om te weten wat hun kinderen kijken?	41
4.1.7	Welke regels stellen ouders?	42
4.1.8	Praten over media-inhoud.....	47
4.1.9	Trend: School speelt belangrijke rol	48
4.2	DV 2: Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?	49
4.2.1	De toegankelijkheid van <i>user-generated content</i>	49
4.2.2	Vinden ouders dat er een classificatiesysteem op <i>Youtube</i> moet worden toegepast?	50
4.3	DV 3: In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?.....	52
4.3.1	Zijn ouders bekend met Kijkwijzer?	52
4.3.2	Leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer.....	53
4.3.3	Inhoudsclassificaties van Kijkwijzer	54
4.3.4	Welke andere informatiebronnen worden door ouders benut, om meer te weten te komen over de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?.....	56
4.4	DV 4: Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?	57
4.4.1	Hoe zou Kijkwijzer volgens de ouders moeten veranderen?	58
5	Conclusie	61
5.1	Onderzoeksresultaten	61
5.1.1	Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?.....	61
5.1.2	Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?.....	63
5.1.3	In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?.....	63
5.1.4	Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?.....	64
5.2	Discussie.....	65
5.2.1	De betekenis van dit onderzoek voor de wetenschap.....	65
5.2.2	De betekenis van dit onderzoek voor Kijkwijzer.....	67
5.3	Beperkingen en vervolgonderzoek	68
6	Bibliografie.....	71
7	Bijlage: Topiclijst.....	76

1 INLEIDING

*“You wanna f*ck with me? Okay. You wanna play rough? Okay. Say hello to my little friend!”*

- Tony Montana, Scarface (1983)

Met deze woorden opent Tony Montana het gewelddadige, bloedige slotstuk in de drugsfilm *Scarface* (1983). De kogels vliegen de kijker minutenlang om de oren en het woord ‘fuck’ wordt in de film 226 keer gebruikt. Dat is een gemiddelde van 1.32 keer per minuut (*Scarface trivia*, n.d.). “Het is maar goed dat mijn kinderen deze film niet kijken”, denken vele ouders waarschijnlijk tijdens het zien van deze film. *Scarface* is maar een voorbeeld uit het enorme aanbod aan films die een schadelijke werking kunnen hebben op kinderen. Meerdere onderzoeken hebben aangetoond dat media schadelijk kunnen zijn voor kinderen (o.a. Cantor, 1998; Nikken, 2007; Anderson & Bushman, 2001; Valkenburg, 2008), met name voor hun gedrag, houding en emoties. Sinds de introductie van het medium film in Nederland, houdt de overheid zich bezig met het beschermen van het publiek voor schadelijke beelden. Zo heeft Nederland door de jaren heen meerdere classificatiesystemen gekend (Aben & Vooijs, 1993; Dibbets & Van Der Maden, 1986). In 2001 kwam het *Nederlands Instituut voor Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM)* met het classificatiesysteem dat we nu kennen: Kijkwijzer, een systeem dat de verantwoordelijkheid neemt voor de bescherming van jongeren tegen schadelijke invloeden van media en daarbij ouders in de thuissituatie ondersteunt. Via Kijkwijzer classificeren omroepen en film distributeurs films op schadelijke inhoud en leeftijd. Ouders kunnen daardoor makkelijk en snel bepalen welke films geschikt zijn voor hun kinderen en welke films beter nog een paar jaar in de kast kunnen blijven staan.

Bij alle officiële audiovisuele media in Nederland wordt een Kijkwijzeradvies opgesteld. Dit advies is te herkennen aan de pictogrammen op filmverpakkingen en televisiegidsen. Diezelfde pictogrammen verschijnen ook in beeld aan het begin van een film of televisieprogramma. Kijkwijzer maakt onderscheid tussen vijf leeftijdsadviezen: geschikt voor alle leeftijden, geschikt vanaf 6 jaar, geschikt vanaf 9 jaar, geschikt vanaf 12 jaar en geschikt vanaf 16 jaar. De bijbehorende inhoudsadviezen zijn opgedeeld in zes categorieën: geweld, angst, discriminatie, grof taalgebruik, alcohol- en drugsmisbruik en seks (Kijkwijzer uitgelegd, n.d.).

Hoewel Kijkwijzer vandaag de dag nog bestaat, is er in de tijd sinds het ontstaan van dit classificatiesysteem veel veranderd op maatschappelijk en technologisch gebied. Uit cijfers van *Stichting Kijkonderzoek* blijkt namelijk dat het gemiddelde aantal schermen per huishouden sterk is gestegen (Stichting Kijkonderzoek, 2015). Niet alleen zijn er meer televisies per huishouden, ook het aantal

computers, tablets en smartphones is sterk gestegen; dit zijn allemaal media waar tegenwoordig films op gekeken kunnen worden. Daar ligt precies de tweede belangrijke verandering in het medialandschap. Tegenwoordig hoeft men namelijk niet meer naar *Videoland* om een dvd te huren of de hele dag ongeduldig te wachten totdat het beste deel van *Jurassic Park* die avond op televisie wordt uitgezonden. Een paar handelingen op de computer, tablet of smartphone zorgen ervoor dat men vrijwel elke film, serie of programma op elk moment van de dag kan kijken. Een derde verandering ligt in het type film. Naast officiële films, series en televisieprogramma's, is er een nieuw type video waar het internet mee vol staat: *user-generated content (UGC)*. De oprichting van *Youtube* in 2005 was een belangrijke stap in deze nieuwe vorm van video. Inmiddels heeft *Youtube* meer dan een miljard gebruikers, wat neerkomt op bijna een derde van alle mensen die het internet gebruiken (*Youtube* statistieken, 2015). UGC is voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk, zonder dat het voorzien is van leeftijds- en inhoudsadviezen. Sommige filmpjes zijn echter alleen te zien door in te loggen op een account, maar lang niet alle (mogelijk) schadelijke beelden worden hierdoor onbereikbaar voor kinderen.

Het lijkt er dus op dat het voor ouders alsmoer moeilijker wordt om controle te houden over wat hun kinderen wel en niet zien. Uit recente onderzoeken (Sleeboom & Hermanns, 2014; Nikken & De Haan, 2015; Nikken & Markx, 2014) blijkt dat ouders veel vragen hebben over het mediagebruik van hun kinderen. De veranderingen op maatschappelijk en technologisch gebied maken een onderzoek naar de opvattingen over Kijkwijzer maatschappelijk relevant. Daarnaast is er in de wetenschap nog geen onderzoek gedaan naar opvattingen van ouders over classificatiesystemen als Kijkwijzer, anno nu. Gezien de ontwikkelingen op technologisch en maatschappelijk gebied, maakt dit onderzoek hiernaar wetenschappelijk relevant. Bovendien kunnen toekomstige onderzoekers dit onderzoek gebruiken in nieuw onderzoek naar mediaopvoeding.

Mediaopvoeding is een thema waar vaker onderzoek naar is gedaan, maar de ontwikkelingen van nieuwe technologieën, zoals *user-generated content*, zorgt voor vraag naar nieuw onderzoek naar mediaopvoeding. Er is nog niets bekend over mediaopvoeding en nieuwe technologieën, waardoor het interessant is om exploratief onderzoek te doen naar opvattingen van ouders. Het voeren van diepte-interviews lijkt een geschikte methode om de opvattingen van ouders te verkennen. Gezien het feit dat Kijkwijzer een erg belangrijk hulpmiddel is bij de mediaopvoeding van ouders, zal de focus komen te liggen op de opvattingen van ouders over het classificatiesysteem Kijkwijzer, voor het kunnen uitvoeren van de mediaopvoeding. Vormt Kijkwijzer nog steeds het relevante instrument dat ouders informatie geeft over media-inhoud? Of verdrinkt Kijkwijzer in de zee aan media(inhoud) en verlangen ouders naar vernieuwing?

De adviezen van Kijkwijzer gaan over kinderen, maar het zijn de ouders die de primaire doelgroep van dit classificatiesysteem vormen. Immers, het zijn de ouders die hun kinderen opvoeden en bepalen welke films wel of niet geschikt zijn voor hun kinderen. Daarom is gekozen om de opvattingen van ouders in dit onderzoek te verkennen. Daarnaast focust het onderzoek zich enkel op het thuisgebruik, aangezien de hiervoor beschreven veranderingen betrekking hebben op het thuisgebruik van media. Een huidig bezoek aan de bioscoop is namelijk niet drastisch veranderd in vergelijking tot een bioscoopbezoek in 2001. De onderzoeksvraag die bij dit onderzoek centraal staat, luidt als volgt:

Hoe denken ouders over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het kunnen uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content?

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, zijn meerdere deelvragen opgesteld. Als op alle deelvragen een antwoord is gevonden, kan de onderzoeksvraag beantwoord worden.

Ten eerste is het van belang om inzicht te verkrijgen in hoe kinderen films en televisieprogramma's thuis bekijken en hoe ouders dat begeleiden. Dit resulteert tot de eerste deelvraag:

DV 1: *Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?*

Een groot verschil met het media-aanbod van tegenwoordig met het aanbod van ruim tien jaar geleden, is dat het internet tegenwoordig vol staat met user-generated content, dat voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk is. In de tweede deelvraag worden daarom de nieuwe mediatechnieken betrokken bij de mediaopvoeding. Sinds de oprichting van *Youtube* in 2005, vormt dit een nieuw aspect waar ouders rekening mee moeten houden bij de mediaopvoeding. Deelvraag 2 is opgesteld om de mening van ouders over de toegankelijkheid van user-generated content te peilen:

DV 2: *Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?*

In de derde plaats is het van belang om inzicht te krijgen in de manier waarop ouders negatieve media-effecten voorkomen en welke informatiebronnen ouders daarvoor benutten. Gezien het feit dat Kijkwijzer een belangrijk hulpmiddel is bij het beschermen van kinderen tegen schadelijke beelden, is

het van belang om na te gaan in hoeverre ouders tegenwoordig nog gebruik maken van Kijkwijzer en welke andere informatiebronnen zij wellicht raadplegen, om de kinderen te beschermen tegen schadelijke media-inhoud. Dit resulteert in de volgende deelvraag:

DV 3: *In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?*

Waar bij deelvragen twee en drie los is ingegaan op de opvattingen over de nieuwe mediatechnieken en het gebruik van classificatiesystemen, richt de laatste deelvraag zich op de verhoudingen tussen beide aspecten. De komst van nieuwe mediatechnieken, waar geen classificatiesystemen voor bestaan, kan namelijk invloed hebben op de opvattingen van ouders over de huidige relevantie van classificatiesystemen als Kijkwijzer. Vinden ouders Kijkwijzer nog steeds relevant, of moeten er maatregelen worden getroffen om Kijkwijzer met de tijd mee te kunnen laten gaan? Deelvraag 4 luidt daarom als volgt:

DV 4: *Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?*

2 THEORETISCH KADER

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op literatuur, die betrekking heeft op de onderzoeksvraag en deelvragen. Aangezien classificatiesystemen een heel belangrijk hulpmiddel vormen voor de mediaopvoeding, wordt allereerst ingegaan op de ontwikkeling van keuringssystemen door de jaren heen. In de eerste paragraaf wordt duidelijk hoe toe is gewerkt naar het classificatiesysteem dat tegenwoordig gehanteerd wordt: Kijkwijzer. In de tweede paragraaf wordt de werking van het classificatiesysteem Kijkwijzer uitgelegd. Vervolgens wordt ingegaan op de ontwikkeling van technologieën, als het gaat om het kijken van films en televisieprogramma's. Hierbij wordt zowel gekeken naar traditionele vormen van media (zoals televisie), als nieuwe vormen (user-generated content). Ook is het van belang om in te gaan op literatuur over de negatieve en positieve effecten van mediagebruik op kinderen. Hierdoor wordt het belang van een goede mediaopvoeding aan het licht gebracht, waarna in de laatste paragraaf wordt ingegaan de term mediaopvoeding. Er wordt uitgelegd wat de term betekent en welke verschillende vormen van mediaopvoeding bestaan. Ook wordt gekeken naar eventuele effecten die mediaopvoeding met zich meebrengt en de behoeften van ouders aan informatie bij de mediaopvoeding.

2.1 DE ONTWIKKELING VAN KEURINGSSYSTEMEN

De eerste openbare filmvertoning in Nederland dateert van 1896. In een lege winkel op de Kalverstraat werden korte films vertoond, waar de firma *Lumière* verantwoordelijk voor was (Dibbets & Van Der Maden, 1986). In datzelfde jaar deden de eerste reisbioscopen in Nederland hun intrede, reizend langs kermissen en markten. De eerste vaste bioscoop in Nederland werd in 1903 geopend, waarna er in de daaropvolgende jaren overal in het land bioscopen werden geopend. (Dibbets & Van Der Maden, 1986). De bioscoop was het nieuwe medium om het grote publiek te bereiken, aangezien radio en televisie nog niet bestonden. Naast de positieve ontvangst, heerste er echter ook veel kritiek op dit medium. De bioscopen waren toegankelijk voor iedereen, wat resulteerde in de vraag wie er eigenlijk controle had over de beelden die het publiek voorgeschoteld kreeg. In 1913 werd geëist dat een onafhankelijke organisatie elke nieuwe film in de bioscoop zou keuren, door een advies uit te brengen over de voorwaarden waaronder films wel of niet vertoond mochten worden. Vele films werden namelijk als bedreiging voor de kijkers bestempeld, omdat de films hen in moreel en cultureel opzicht zouden kunnen aantasten (Aben & Vooijs, 1993). Films moesten niet meer alleen dienen voor plat vermaak,

maar ook een boodschap overbrengen (Dibbets & Van Der Maden, 1986). Deze nationale discussie over toezicht, censuur en verbod werd de 'bioscoopkwestie' genoemd.

Een jaar later, in 1914, werd een grote stap gemaakt in de regulering van films: De regulering verliep voortaan op regionaal niveau. Niet meer waren de bioscoopexploitanten verantwoordelijk voor de vertoning van films, maar de burgemeesters kregen de verantwoordelijkheid over de toegang tot films. Wanneer films als gevaar voor de openbare orde werden bestempeld, was het de taak van de burgemeester om deze films te verbieden. Hoewel de burgemeester het laatste woord had, kon hij zich wel laten adviseren door de zogeheten bioscoopcommissies. Elke stad had zijn eigen bioscoopcommissie, die allemaal hun eigen ideeën hadden over wat wel of niet acceptabel was in een film (Dibbets & Van Der Maden, 1986). In de praktijk werd het toezicht op films echter vaak gehouden door de filmcommissies, in plaats van de burgemeester.

Doordat de bioscoopcommissies per stad of dorp verschilden van mening, kwam er langzamerhand de behoefte aan een landelijke filmkeuring. In 1921 werd daar een eerste voorstel voor gedaan, maar dit voorstel werd afgekeurd. Pas in 1926 werd een nieuw voorstel geaccepteerd en was er een landelijke overeenstemming bereikt over een Centrale Filmkeuring. Deze keuring hield in dat een commissie met 60 leden, die het Verzuilde Nederland representeerden, alle films op landelijk niveau gingen keuren op geweld en moraliteit (Dibbets & Van Der Maden, 1986). In 1928 ging deze wet formeel in werking, genaamd de *Bioscoopwet* (Aben & Vooijs, 1993). Zowel volwassenen als kinderen werden van advies voorzien. Het advies voor volwassenen hield in dat de films niet in strijd mochten zijn met de openbare orde van het land. Het advies voor jongeren was gebaseerd op de toelaatbaarheid van films, die werd gemeten door te kijken naar de negatieve invloed die de films konden hebben. Bij de toelaatbaarheid werd een onderscheid gemaakt tussen jongeren onder de 14 en onder de 18 jaar (Aben & Vooijs, 1993). In de loop van de jaren zijn er verschillende pogingen gedaan om de wet te wijzigen, omdat het keuren van films voor volwassenen als betuttelend werd gezien (Schiphof, 2004). De eerste pogingen om de wet te wijzigen waren tevergeefs, maar uiteindelijk slaagde men er toch in en werd de *Bioscoopwet* in 1977 opgeheven (Aben & Vooijs, 1993). Een jaar later, in 1978, werd een nieuwe landelijke commissie opgesteld: de *Nederlandse Filmkeuring*. Deze filmkeuring was enkel gericht op de jeugd, door films te beoordelen op schadelijkheid voor personen onder de 12 en onder de 16 jaar oud. Dit zorgde ervoor dat een film drie leeftijdsclassificaties kon krijgen: alle leeftijden, geschikt vanaf 12 jaar, en geschikt vanaf 16 jaar (Aben en Vooijs, 1993).

De stijgende verkoop van videorecorders in de loop van de jaren '80 was echter een belangrijke ontwikkeling op het gebied van regulering. Moesten er, naast de bestaande bioscoopadviezen, nu ook

maatregelen genomen worden bij de verhuur en verkoop van videobanden? Er is besloten voor een voorlichtingssysteem op basis van zelfregulering (Aben en Vooijs, 1993). Het was de verantwoordelijkheid van de videobranche zelf om voorlichting te geven over de films. De minister zelf zou geen wettelijke maatregelen meer treffen. Na een experimentele periode van twee jaar, werd de afspraak in 1991 omgezet naar een definitieve overeenkomst. Dit videovoortlichtingssysteem werd gehanteerd tot 1999, toen het *Nederlands Instituut voor Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM)* werd opgericht. Volgens het NICAM zorgde de explosieve groei van audiovisuele media in de jaren '90 namelijk voor diverse oproepen tot actie op het gebied van regulering. Het NICAM werd opgericht naar aanleiding van de overheidsnota '*Niet voor alle leeftijden*' uit 1997, waarin gepleit werd voor de komst van een landelijke onafhankelijke instelling, die de zelfregulering van audiovisuele media moest helpen (www.kijkwijzer.nl). Het NICAM pleitte voor een uniforme beoordeling van alle media, en in 2001 ontwikkelden zij een instrument voor de regulering van films: *Kijkwijzer*. Dit systeem had de taak ouders en verzorgers te waarschuwen tot welke leeftijden films en televisieprogramma's schadelijk konden zijn voor kinderen. Vandaag de dag is Kijkwijzer nog steeds het instrument dat wordt gebruikt bij de classificatie van films.

2.2 DE WERKING VAN KIJKWIJZER

Kijkwijzer is het classificatiesysteem dat sinds 2001 in Nederland wordt gebruikt om bioscoopfilms, videofilms, dvd's en televisieprogramma's van informatie te voorzien over de mogelijk schadelijke effecten voor jonge kijkers. Het doel is om ouders te kunnen helpen bij de begeleiding van het mediagebruik van kinderen (www.kijkwijzer.nl). Een belangrijke kanttekening die hierbij vermeld moet worden, is dat Kijkwijzer enkel advies geeft over schadelijkheid en niet over geschiktheid. Een politieke documentaire is een goed voorbeeld om dit te illustreren. Een ingewikkelde politieke documentaire zal geen leeftijdsclassificatie krijgen, omdat er geen schadelijke beelden in zitten. Dat wil echter niet zeggen dat de documentaire ook daadwerkelijk geschikt is voor alle leeftijden.

Mediaproducties worden geclassificeerd door zogenaamde codeurs, die werkzaam zijn bij een mediaproducteur of -distributeur. Zij vullen een classificatieformulier in over de verschillende mediaproducten, waaruit vervolgens een advies voortvloeit. Het advies bevat zowel leeftijds- als inhoudsclassificaties.

2.2.1 Leeftijdsclassificaties

Onderstaande figuur toont de vijf leeftijdsindicaties die door Kijkwijzer gegeven kunnen worden: Niet schadelijk/voor alle leeftijden, let op met kinderen tot zes jaar, let op met kinderen tot negen jaar, let op met kinderen tot twaalf jaar en let op met kinderen tot zestien jaar.



Figuur 1: De vijf leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer

De keuze voor de vier leeftijdsgrenzen heeft volgens Kijkwijzer het voordeel dat het overzichtelijk is, maar het nadeel dat het misleidend kan zijn (www.kijkwijzer.nl). Het geeft namelijk de indruk dat leeftijdsverschillen binnen een leeftijdsgroep niet belangrijk zijn, terwijl er grote verschillen kunnen zijn tussen kinderen van bijvoorbeeld zeven en acht jaar, of bijvoorbeeld dertien en vijftien jaar. Daarnaast ontwikkelt niet elk kind zich even snel op cognitief en emotioneel gebied. Niet alle kinderen van negen jaar zijn bijvoorbeeld even ver in hun ontwikkeling. Daarom is het van belang dat de leeftijdsindicaties als richtlijn gezien worden (www.kijkwijzer.nl).

De leeftijdsindicatie “6” is bedoeld om jonge kinderen te beschermen tegen vooral angstwekkende en gewelddadige beelden. Een belangrijke reden hiervoor is dat jonge kinderen niet goed onderscheid kunnen maken tussen fictie en realiteit (Davies, 1997). Het maakt daarbij niet uit of het gaat om een animatie- of tekenfilm, of ‘echte beelden’ (Valkenburg, 2008). Er wordt er vanuit gegaan dat kinderen ouder dan zes jaar het geweld en angstwekkende beelden in mediaproducten minder serieus nemen, omdat zij minder visueel zijn ingesteld dan kinderen onder de zes (Cantor, 2001). Kinderen tot zes jaar oud worden daardoor sneller bang van angstwekkende beelden.

De eerstvolgende leeftijdsindicatie is “9”. Kinderen tot negen jaar begrijpen mediaproducten beter, maar hebben nog erg moeite met het inlevingsvermogen (Valkenburg, 2008). Zij hebben daardoor meer moeite om de beweegredenen van acteurs te begrijpen dan kinderen boven de negen jaar. Ook hebben kinderen tot negen jaar minder goede zelfcontrole dan oudere kinderen, waardoor ze makkelijker gedrag in mediaproducties nadoen (Valkenburg, 2008).

Tussen de tien en twaalf jaar gaan kinderen op een andere manier naar de wereld kijken (Hoffman, 2000). Rond die leeftijd kunnen kinderen het gedrag van acteurs in een bredere context plaatsen en leren ze meer abstract te denken. Daardoor begrijpen ze bepaalde vormen van humor beter, zoals parodie en ironie (Hoffman, 2000). Daarom is de volgende leeftijdsindicatie “12”. Ten

opzichte van oudere kinderen zijn kinderen van negen tot twaalf namelijk nog wel gemakkelijk te beïnvloeden. Zij kunnen bijvoorbeeld moeite hebben met sommige acties, zoals het gebruik van drugs, discriminatie of seks, omdat zij dit nog niet goed kunnen plaatsen (www.kijkwijzer.nl). Dit kan leiden tot ongewenste reacties of gevoelens.

De hoogste leeftijdsindicatie is “16”. Eén van de redenen hiervoor, is dat kinderen vanaf ongeveer dertien jaar oud goed onderscheid kunnen maken tussen empathie voor anderen en eigen gevoelens (Valkenburg, 2008). Zij zijn daardoor bijvoorbeeld beter in staat om de bestaande normen van goed en kwaad mee te nemen tijdens het zien van bepaalde films en programma’s, dan kinderen onder de twaalf jaar. Daarnaast zijn jongeren vanaf twaalf jaar vaak op zoek naar een nieuwe identiteit, waar ze dan ook vaak helden en antihelden uit de media als voorbeeld voor gebruiken (Strasburger, 1995). De leeftijdsindicatie “16” is dan ook vaak bedoeld voor overmatig gebruik van geweld, omdat kinderen tot zestien jaar vaak een voorbeeld nemen aan het gedrag in films en programma’s. Ook seksuele beelden hebben veel betrekking op de leeftijdsindicatie “16”, omdat pubers de media vaak gebruiken om een realistisch beeld te krijgen van seksualiteit en relaties. Door een gebrek aan levenservaring, kunnen seksuele beelden in mediaproducten een vertekend beeld geven van de werkelijkheid (Nikken, 2009).

2.2.2 Inhoudsclassificaties

Figuur 2 toont de zes inhoudsclassificaties, die mogelijk schadelijke effecten hebben op jonge kijkers. In paragraaf 2.4.2 wordt uitgebreid ingegaan op de schadelijke effecten van media. Op volgorde van links naar rechts, staan onderstaande symbolen voor geweld, angstaanjagendheid, seksualiteit, harddruggebruik of overmatig softdrug- en alcoholverbruik, discriminatie, en grof taalgebruik (www.kijkwijzer.nl).



Figuur 2: De zes inhoudsclassificaties van Kijkwijzer

In het classificatieformulier van Kijkwijzer, dat door de codeurs ingevuld dient te worden, wordt een onderscheid gemaakt tussen deze zes categorieën. Na enkele basisvragen over het type productie (Is het product een tekenfilm/animatiefilm? Is het product fictie/non-fictie?), volgen vragen over de zes inhoudsclassificaties. Als het hele formulier is ingevuld, wordt er aan de mediaproductie een leeftijds- en inhoudsclassificatie gekoppeld.

De eerste categorie gaat over geweld. In dit gedeelte moet de codeur aangeven of er één of meerdere vormen van fysiek geweld voorkomen in de mediaproductie, of deze geweldsacties indringend zijn, of er (ernstige) verwondingen zichtbaar zijn, of de geweldsacties door mensen uitvoerbaar zijn, of er seksuele handelingen worden opgedrongen, of het geweld meedogenloos is en of het geweld in de productie een vorm is van slapstickgeweld (uitsluitend bedoeld om de kijker aan het lachen te maken) (Classificatieformulier, 2013). Bij elk van de vragen worden voorbeelden genoemd van films waarin dat onderwerp voorkomt. De codeur moet bij elke vraag aangeven of het onderwerp één keer of vaker voorkomt of nooit. Dit geldt ook voor de overige vijf categorieën.

De vragen in de tweede categorie, angstaanjagendheid, gaan over *“angstige mensen, lijdende mensen, angstaanjagende geluiden, verwondingen, gehavende lijken, zelfmoord, zelfverminking, dreiging met geweld, slachtoffers van ongelukken, geweld tegen kinderen of dieren en dreigende wezens of griezeleffecten”* (Classificatieformulier, 2013). Uit voorgaande passage uit het classificatieformulier, blijkt dat er onderscheid wordt gemaakt tussen drie type vragen over angst: vragen over dingen die er beangstigend uitzien, vragen over personen die angstig zijn of lijden, en vragen over geluiden en griezel- en horroreffecten. Valkenburg (2008) heeft aangetoond dat dit de drie belangrijkste manieren zijn waarop kinderen angst kunnen ervaren als gevolg van mediabeelden: angst door het zien van ‘enge’ dingen, door zich in te leven in andere personen en door het interpreteren van signalen die kunnen wijzen op naderende angstige elementen.

De derde categorie gaat over seksualiteit. Belangrijk hierbij is om te vermelden dat deze categorie verder gaat dan het zien van een koppel dat seks heeft. Ook gesprekken over seks of bijvoorbeeld schaars of uitdagend geklede personen vallen onder deze categorie. In het classificatieformulier wordt deze categorie omschreven als *“alle handelingen / alle verbale uitingen die erop gericht zijn de actor zelf, een andere persoon in de productie, of de kijker op te winden”* (Classificatieformulier, 2013).

De vierde categorie gaat over harddrugsgebruik of overmatig softdrugs- en alcoholverbruik. Waar het bij de drugs vooral gaat om het gebruik, gaat het bij de alcohol vooral om *“de effecten van alcoholgebruik [...], bijvoorbeeld door losbandig, bezopen of onzedelijk gedrag. Dit uit zich bijvoorbeeld doordat personen lallend en zwalkend over straat gaan, met dubbele tong praten of ongeremd gedrag vertonen”* (Classificatieformulier, 2013). In mediaproducties waarin harddrugs of overmatig softdrugs- en alcoholgebruik in een gunstig daglicht worden geplaatst, krijgt het product een leeftijdsclassificatie van “16”. Als het niet wordt aangeraden of zelfs impliciet wordt afgeraden, krijgt het product een

leeftijdsclassificatie van “12” en als het expliciet wordt afgeraden, krijgt de productie de indicatie “AL” (www.kijkwijzer.nl).

De vijfde categorie gaat over discriminatie. Kijkwijzer houdt zich vast aan de volgende definitie van discriminatie: “[...] elke uiting waarin bepaalde bevolkingsgroepen als inferieur worden afgeschilderd op grond van ras, religie, huidskleur, sekse, nationaliteit of etnische afstamming. [...] Seksisme of vrouwonvriendelijkheid valt ook onder discriminatie” (Classificatieformulier, 2013). Producties die discriminatie bevatten, krijgen in principe de leeftijdsclassificatie “12” (www.kijkwijzer.nl).

Grof taalgebruik is de laatste categorie van de inhoudsclassificaties. De codeurs dienen bij deze categorie enkel antwoord te geven op één vraag: “Komt er in de productie grof taalgebruik voor?” (Classificatieformulier, 2013). Aangezien er geen onderzoek bestaat waaruit blijkt dat grof taalgebruik sneller wordt overgenomen door bepaalde leeftijdsgroepen, is er geen leeftijdsclassificatie verbonden aan grof taalgebruik. Toch is er wel gekozen om deze inhoudsindicatie te handhaven bij het classificeren van films, zodat ouders wel op de hoogte zijn van de aanwezigheid van grof taalgebruik (www.kijkwijzer.nl).

2.3 HET NIEUWE ‘FILM’ KIJKEN

Kijkwijzer is ontstaan in 2001 en is van oorsprong van toepassing op televisie, bioscoopfilms en video's/dvd's. Sindsdien is er echter veel veranderd op het gebied van film produceren, distribueren en consumeren. In deze paragraaf wordt ingegaan op de ontwikkelingen die op dit gebied hebben plaatsgevonden. Daarbij is het van belang om een onderscheid te maken tussen verschillende vormen van video/films. Een *Youtube*-filmpje is immers niet hetzelfde als een speelfilm van twee uur die op tv wordt uitgezonden. Om het overzichtelijk te houden, zal een onderscheid worden gemaakt tussen enerzijds het officiële filmaanbod, en anderzijds het overige aanbod. Onder het officiële filmaanbod worden alle films geschaard die professioneel geproduceerd zijn en via officiële kanalen (zoals de bioscoop, open televisiekanalen of via ‘video-on-demand’ kanalen als *Netflix*, *Videoland*, *iTunes*, *HBO*, *Pathé Thuis* etc.) worden uitgezonden. Alle films die via deze kanalen verschijnen, zijn tevens voorzien van een Kijkwijzer classificatie. Het overige aanbod is de ‘*user-generated content*’ (UGC), filmpjes die door gebruikers van het medium worden aangeleverd (Cha et al., 2007). *Youtube* is een goed voorbeeld van een site waar UGC centraal staat, maar ook bijvoorbeeld *Facebook* en *9gag* staan vol met UGC. Het is belangrijk om UGC ook te betrekken bij het onderzoek, omdat kinderen dagelijks in aanraking komen met dit soort websites (O’Keeffe & Clarke-Pearson, 2011).

2.3.1 Het officiële filmaanbod

Waar men voor de komst van het internet verplicht was om films in de bioscoop of op televisie te zien, kan men tegenwoordig volledige films streamen op de computer. Het grote voordeel hiervan is dat iedereen kan kiezen wat hij/zij wil zien, wanneer hij/zij dat wil zien, zonder bijvoorbeeld een dvd-recorder te hoeven programmeren of te hoeven wachten totdat een film op dvd beschikbaar is (Gibs, 2009). Het streamen van video's op het internet is door de jaren heen echter enorm ontwikkeld. Binnen de online filmwereld is het tegenwoordig van belang om een onderscheid te maken tussen de legale industrie en de illegale industrie.

2.3.1.1 Legale industrie

Volgens Cunningham en Silver (2013) zijn er grofweg drie golven te schetsen in de online distributie van film en televisie. De eerste golf vond plaats aan het begin van het gecommmercialiseerde internet, van 1997 tot 2001. Nog voordat de toekomst van online video distributie bepaald kon worden, kwamen kleine bedrijven kijken in de wereld van online video. Dit waren voornamelijk kleine Amerikaanse bedrijven als *I-film*, *Atom Films* en *Intertainer*. Het grootste probleem van deze bedrijven was dat zij voor liepen op hun tijd, omdat de markt er nog niet klaar voor was. Zij kwamen namelijk met modellen en strategieën die pas later optimaal zouden kunnen werken, door bijvoorbeeld de focus van de filmindustrie te verleggen van productie naar distributie (Cunningham & Silver, 2013).

De tweede golf vond plaats toen de grote Hollywood bedrijven zich gingen mengen in de online video distributie. In 2001 zorgde een samenwerking tussen *Sony*, *Warner*, *Universal*, *Paramount* en *MGM* voor de komst van *MovieFly* (later *Movielink*), een virtuele videotheek die de gebruiker in staat stelde een film gedurende 24 uur te kunnen kijken tegen betaling. Als reactie daarop volgden andere grote bedrijven (*Disney*, *Fox*, etc.) met soortgelijke initiatieven. Hollywood slaagde er echter niet in de juiste formules te vinden om deze initiatieven winstgevend te maken, en in de jaren daarop stopten zij met hun investeringen in de online video distributie (Cunningham & Silver, 2013).

De derde golf begon in 2006, toen *Apple* zich begon te mengen met de online filmindustrie. De toevoeging van film en series in hun programma *iTunes* zorgde er snel voor dat zij het populairste online downloadprogramma hadden voor films en series. Samen met de snel groeiende site *Youtube* (in 2005 opgericht) was dit het begin van een nieuwe, belangrijke periode in de online videodistributie. Deze switch kwam ten eerste omdat grote marktleiders anders gingen denken over succesvolle bedrijfsmodellen en strategieën. Ten tweede was dit de periode waarin streaming video zijn intrede deed, die ervoor zorgde dat gebruikers de video's niet meer hoefden te downloaden op hun harde schijf. *Apple* was niet het enige bedrijf dat zijn kansen rook in de online video-industrie. Ook *Netflix*, dat

sinds 1997 een online dvd-verhuurbedrijf was, speelde in op de veranderingen. In 2006 begon *Netflix* de *Watch Instantly* streaming dienst, die duizenden films uit hun collectie online beschikbaar stelden voor hun klanten. In 2010 kon je als gebruiker een maandelijks abonnement nemen op *Netflix*, waardoor je onbeperkt films en series kon streamen. Naast *Netflix*, kwamen in 2006 ook grote Amerikaanse netwerken (*ABC, CBS, NBC*) met Video On Demand (VOD). Gebruikers konden online hun favoriete televisieshows terugkijken, wanneer ze wilden. In 2008 werd dit ook mogelijk voor films, toen *Warner Bros* een VOD uitbracht voor *The Dark Knight* (2008) (Grey, 2009). Snel volgden grote populaire VOD diensten, zoals *Hulu* en *Yahoo!*. Tot vandaag zijn VOD diensten over de hele wereld enorm populair, althans, binnen de legale online video industrie. De grote bedreiging voor deze industrie wordt namelijk gevormd door de internetpiraterij...

2.3.1.2 *Illegale industrie*

Internetpiraterij is, mede door de snelle technologische ontwikkelingen, al jaren één van de meest controversiële onderwerpen binnen bedrijven in de creatieve sector. Internetpiraterij betekent het kopiëren of verspreiden van auteursrechtelijk beschermde content, zonder toestemming van de auteur. Hier hoeft geen commercieel belang achter te zitten (Yar, 2005). De laatste jaren is er veel ontwikkeld, waardoor gebruikers in staat werden gesteld om illegaal gratis kopieën van digitale content te verkrijgen (Smith & Telang, 2010). De filmindustrie is de tak die het meest last heeft van piraterij: 35 procent van de totale content die illegaal wordt verhandeld, is namelijk filmcontent (Oberholzer-Gee & Strumpf, 2010). In 2007 lag de totale waarde van de illegaal verhandelde content al op 50 biljoen dollar per jaar (Hill, 2007). Eén van de bekendste sites die het mogelijk maakt om via torrents bestanden uit te wisselen, is de Zweedse site *The Pirate Bay*. Deze site is echter sinds 2012 geblokkeerd door stichting *Brein*, een stichting die eigendomsfraude namens alle belanghebbenden bestrijdt (Brein, n.d.). Dit betekent niet dat het downloaden en uploaden van content via torrents niet meer mogelijk is. Er zijn genoeg andere torrentsites, zoals verschillende proxy's van *The Piratebay*, *Kickass*, *Isohunt* en *Torrentz*. Sinds 2014 is het zelfs mogelijk om films en series via torrents te streamen, met behulp van "de *Netflix* voor piraten": *Popcorn Time*. Deze software zorgt ervoor dat je films en series al kunt kijken, terwijl deze worden gedownload op je computer. Net als bij *Netflix*, streamt je computer de bestanden. *Popcorn Time* is in Nederland extreem populair. Een woordvoerder van *Popcorn Time* heeft aan *Android Planet* laten weten dat er in Nederland 100.000 dagelijks actieve gebruikers zijn en dat het programma 15.000 keer per dag wordt geïnstalleerd op computers, telefoons en tablets (Android Planet, 2014). Recentelijk is *Popcorn Time* echter weer uit de lucht gehaald, door aangekondigde gerechtelijke stappen (NOS,

2015). Het is echter een kwestie van tijd, totdat er alternatieven zullen opkomen. De illegale industrie vormt een serieuze bedreiging voor de legale industrie.

2.3.2 User-generated content

Naast het officiële filmaanbod, zijn er nog miljoenen andere video's op het internet te vinden: De user-generated content. De oprichting van *Youtube* in 2005 zorgde voor een mijlpaal in de interactie tussen gebruikers. Men kon namelijk zelf filmpjes uploaden en laten zien aan de rest van de wereld. In deze paragraaf wordt verder ingegaan op de consumer generated video's en wordt de vraag opgeroepen of daar dan ook controle over gevoerd zou moeten worden door Kijkwijzer. Immers, toen Kijkwijzer ingevoerd werd, bestond deze vorm van video kijken nog niet.

Sinds de oprichting van *Youtube* in 2005, is het platform immens gegroeid. In vergelijking met maart 2014, is het aantal mensen dat tegenwoordig elke dag naar video's kijkt op *Youtube* met 40% gestegen (www.Youtube.com). In totaal heeft *Youtube* meer dan een miljard gebruikers, wat bijna een derde is van alle mensen die het internet gebruiken. Susan Wojcicki, CEO van *Youtube*, vertelde op 23 juli 2015 tijdens de *VidCon* (conferentie over videogebruik op internet) dat er wereldwijd tegenwoordig 400 uur per minuut aan videomateriaal wordt geüpload op *Youtube* (La Rosa, 2015). Uit het jaarlijkse social media onderzoek van *Newcom Research & Consultancy*, blijkt dat in Nederland 78% van de jongeren tussen de 15 en 24 jaar oud gebruik maken van *Youtube*, wat overeenkomt met 1,4 miljoen gebruikers. Daarvan zijn er 410.000 gebruikers die dagelijks gebruik maken van *Youtube* (Turpijn, Kneefel & van der Veer, 2015).

Naast *Youtube* zijn er vele andere grote kanalen waar user-generated content bekeken kan worden. In Nederland blijkt dat *Youtube*, *Vimeo*, *Dumpert* en *Zie* de vier populairste videokanalen zijn. Met ruim 10 miljoen bezoekers per maand, is *Youtube* met afstand het populairste kanaal. Daarna volgen respectievelijk *Vimeo* (ruim 2,5 miljoen bezoekers per maand), *Dumpert* (ruim 1,5 miljoen bezoekers per maand) en *Zie* (bijna 1 miljoen bezoekers per maand) (www.marketingfacts.nl).

Hoewel de populariteit van *Youtube* enorm is, zijn de makers van het platform wel duidelijk over jonge gebruikers. De site wordt namelijk afgeraden aan kinderen onder de 13 jaar (Stichting Mijn Kind Online, 2010). De belangrijkste reden hiervoor is dat de makers niet kunnen garanderen dat de video's kindvriendelijk zijn. Wel is er voor ouders de mogelijkheid om filters toe te passen op *Youtube*, waardoor de kindvriendelijkheid toeneemt. Daarnaast kunnen gebruikers ook aangeven dat zij bepaalde beelden ongepast vinden, waarna deze beelden door *Youtube* worden beoordeeld en zo nodig worden verwijderd (Stichting Mijn Kind Online, 2010). Classificatiesystemen als Kijkwijzer bestaan nog niet voor user-generated content.

2.4 EFFECTEN VAN MEDIAGEBRUIK OP KINDEREN

In het verleden is er veel onderzoek gedaan naar de effecten van mediagebruik. Dit zijn zowel onderzoeken geweest naar de positieve effecten van media, als naar de negatieve effecten van media. De effecten kunnen vanzelfsprekend verschillen per medium. Al in de jaren 20 van de 20^{ste} eeuw verschenen de eerste onderzoeken (door Payne Fund) naar de effecten van televisie op kinderen en door de jaren heen kwamen er steeds meer aanvullingen op onderzoek naar mediaeffecten. De focus in deze paragraaf komt te liggen op de mediaeffecten op kinderen, aangezien dit onderzoek gericht is op de bescherming van kinderen tegen schadelijke mediaeffecten. Als eerst worden de positieve effecten van media kort uiteen gezet in paragraaf 2.4.1, waarna in paragraaf 2.4.2 de negatieve effecten worden besproken.

2.4.1 Positieve effecten van media

Wartella (2010) stelt dat media op verschillende manieren een positieve invloed kunnen hebben op de ontwikkeling van kinderen. Zij concludeert in haar onderzoek dat er een positief verband is tussen het kijken naar educatieve programma's op twee- tot driejarige leeftijd en de reken- en taalprestaties van het kind (Wartella, 2010). Ook waren deze kinderen op latere leeftijd creatiever en hadden een positievere houding ten opzichte van leren, dan kinderen die geen educatieve programma's keken. Bovendien werkt televisie kijken op twee- tot driejarige leeftijd ontspannend. De aantrekkingskracht van de bewegende beelden kan ervoor zorgen dat kinderen hun negatieve gevoelens onderdrukken (Delfos, 2013). Bij oudere kinderen zorgt het televisie kijken ervoor dat kinderen socialer met elkaar omgaan (Mares & Woodard, 2005). Nikken, Bontje, Abell & Verweij (2013) concluderen ook dat het gebruik van media positieve effecten kunnen hebben op de ontwikkeling van kinderen. Het kijken van educatieve programma's komt de taalverwerving van jonge kinderen ten goede en ook op motorisch gebied kunnen kinderen ontwikkelen, door bijvoorbeeld mee te bewegen met bepaalde programma's (Nikken et al., 2013). Daarnaast kunnen kinderen ook leren van de inhoud van programma's. Een deel van hun kijk op de wereld wordt gevormd door de televisiebeelden, waardoor kinderen leren begrijpen hoe de wereld werkt (Nikken et al., 2013). Ook kunnen media mensen bij elkaar brengen. Televisieprogramma's kunnen bijvoorbeeld door ouders en kinderen samen worden bekeken, wat de familierelaties ten goede komt (Valkenburg, 2008). Naast de wetenschappelijk bewezen effecten, kunnen ook de attitudes van ouders ten opzichte van mediaeffecten positief zijn. Nikken & Jansz (2006) laten zien dat ouders over het algemeen positief denken over de rol van media in de ontwikkeling van kinderen op sociaal, emotioneel, taalkundig en cognitief gebied. Recentere onderzoeken laten zien dat ouders genuanceerd

denken over de invloed van media op kinderen. Ze vinden het lastig om te bepalen wat echt schadelijk is, of wanneer de invloed van media juist positief is (Nikken & Markx, 2014; Nikken & De Haan, 2015; Sleeboom & Hermanns, 2014).

2.4.2 Negatieve effecten van media

De laatste jaren is het media-aanbod enorm gegroeid, waardoor ook de kans op negatieve mediaervaringen is toegenomen. Uit duizenden onderzoeken naar de negatieve effecten van media, blijkt dat er meerdere effecten plaats kunnen vinden bij kinderen. Volgens Nikken (2013) zijn er echter twee voorwaarden waaraan kinderen moeten voldoen, voordat de negatieve effecten van media bij hen kunnen optreden:

“1) kinderen moeten een positieve houding hebben ten aanzien van de risicovolle media en inhouden; dat wil zeggen, deze positief waarderen en of realistisch en betrouwbaar vinden;

2) kinderen moeten in een omgeving opgroeien waar het mediagebruik en de negatieve inhouden niet of nauwelijks worden besproken, bekritiseerd of eventueel ook afgekeurd.” (Nikken, 2013).

Kinderen met bijvoorbeeld een kritische blik ten opzichte van mediagebruik zullen minder kans maken om negatief te worden beïnvloed door media.

Een groot deel van de onderzoeken naar negatieve effecten van media, hebben betrekking op geweld en agressie. Anderson en Bushman (2001) laten in hun meta-analyse zien dat er een duidelijk verband is tussen het niveau van agressief gedrag bij kinderen en de tijd die zij worden blootgesteld aan gewelddadige televisie en films. Waar de effecten bij televisie en films zowel gelden voor de korte als de lange termijn (Anderson & Bushman, 2001), zijn de effecten bij games enkel bekend voor de korte termijn (Anderson & Bushman, 2011). Ook andere grote meta-analyses tonen aan dat het zien van gewelddadige beelden een stimulerend effect hebben op het agressieve gedrag van kinderen (Paik & Comstock, 1994; Wood, Wong, & Chachere, 1991). Over het algemeen zijn jonge kinderen wel gevoeliger voor de effecten van mediageweld, maar dit wil niet zeggen dat mediageweld geen invloed kan hebben op oudere kinderen (Nikken, 2007). Wel is het van belang om een onderscheid te maken tussen verschillende typen mediageweld. Een documentaire over de geweldstoename onder jongeren, waarin gewelddadige scènes voorkomen om de kijkers te informeren over de geweldsproblematiek, is namelijk niet hetzelfde als een horrorfilm waarin een gemaskerde man elke voorbijganger onthoofd

met zijn kettingzaag (Valkenburg, 2008). De kijker interpreteert elke context van mediageweld op een andere manier, waarna er een bepaalde betekenis wordt toegekend aan de beelden. Die betekenis is vervolgens bepalend voor de effecten van de geweldsbeelden op de kijkers (Valkenburg, 2008).

Een ander negatief effect van mediagebruik heeft te maken met taalontwikkeling van kinderen. Nikken et al. (2013) tonen aan dat jonge kinderen van twee tot vijf jaar weinig leren van de televisieprogramma's die zij kijken, die bedoeld zijn voor een breed publiek. Kinderen worden in hun taalontwikkeling belemmerd door de vele beeldwisselingen, drukte en actie in programma's en moeilijke verhaallijnen. Kinderen hebben daardoor moeite om te letten op nieuwe klanken en begrippen (Nikken, 2013). Menselijk contact is veel bevorderlijker voor de taalverwerving van kinderen dan het kijken van televisie (Courage & Howe, 2010). Niet alleen het kijken van televisie kan de taalverwerving verstoren. Ook het veelvuldig gebruik van bijvoorbeeld game consoles en computers heeft negatieve gevolgen voor de taalontwikkeling van kinderen (Bittmann, Rutherford, Brown & Unsworth Lens, 2011).

Ook kan overmatig mediagebruik ervoor zorgen dat kinderen minder intensief met andere dingen bezig zijn. Dit klinkt als een logisch effect, maar is daardoor zeker niet minder negatief. Het blijkt bijvoorbeeld dat kinderen minder intensief met hun speelgoed spelen, als de televisie op de achtergrond aan staat (Linebarger & Walker, 2005). De kinderen verdelen hun aandacht dan namelijk tussen het spel en de televisie. Ook cognitieve ontwikkelingen, zoals het niveau van begrijpend lezen en de creativiteit van kinderen, worden belemmerd door het mediagebruik van kinderen (Kooistra, 1993; Valkenburg & Van Der Voort, 1995). Bij oudere kinderen kan mediagebruik ook ten koste gaan van andere belangrijke bezigheden, zoals huiswerk maken, sporten en slapen (Valkenburg, 2008). Bovendien kunnen ook de sociale contacten beïnvloed worden door mediagebruik. In de vorige subparagraaf bleek dat media kunnen zorgen voor een positieve beïnvloeding van gezinsrelaties, maar aan de andere kant kunnen media mensen ook uit elkaar drijven. Een kind kan zichzelf isoleren en zich in zijn eentje helemaal verplaatsen in de wereld van bijvoorbeeld de televisie of computer (Valkenburg, 2008).

Een ander negatief effect van media, heeft te maken met beeldvorming. In veel films, series, programma's en games voor jongeren komt bijvoorbeeld seksualiteit voor. Vaak is dit beeld van seks onrealistisch en overtrokken (Nikken, 2013). Aangezien jongeren vaak nog geen ervaring hebben met seks, baseren ze hun ideeën en opvattingen over dit thema logischerwijs op wat zij in de media zien. Uit onderzoek blijkt dat jongeren, die vaak seksueel getinte media zien, veelal liberale opvattingen hebben over seks. Ze vinden bijvoorbeeld dat mannen moeten domineren of dat vrouwen gezien moeten worden als lustobject (Peter & Valkenburg, 2009). Hetzelfde effect kan optreden bij het tonen van veelvuldig gebruik van drugs en alcohol.

Andere negatieve effecten van media kunnen fysieke effecten zijn, zoals epileptische aanvallen en RSI (Valkenburg, 2008), of het aanleren van een ongezonde leefstijl door de vele commerciële boodschappen waarmee jongeren door de media in aanraking komen (Nikken, 2013). Ook de fantasieontwikkeling van jonge kinderen wordt belemmerd door de media (Nikken, 2002). Na het zien van een programma, kijken kinderen weer andere programma's en dat gaat zo door. Een kind krijgt daardoor telkens nieuwe prikkels op zich af, waardoor kinderen moeilijk de rust kunnen vinden om de fantasie te laten werken (Nikken, 2002).

2.5 MEDIAOPVOEDING

Het blijkt dat media positieve, maar ook veel negatieve effecten kunnen hebben op kinderen. Het is daarom van belang om stil te staan bij de manier waarop kinderen leren omgaan met media en de opvattingen van ouders hierover. In deze paragraaf wordt ingegaan op bestaande opvattingen over mediaopvoeding. In de eerste subparagraaf wordt kort ingegaan op de betekenis van de term mediaopvoeding, waarna in paragraaf 2.5.2 de verschillende vormen van mediaopvoeding worden besproken. In paragraaf 2.5.3 wordt gekeken naar de eventuele effecten van mediaopvoeding. Tot slot wordt in paragraaf 2.5.4 ingegaan op de huidige behoeften van ouders aan opvoedingsinformatie.

2.5.1 Wat is mediaopvoeding?

Tegenwoordig hebben families vaak meerdere computers, televisies en telefoons in huis (Stichting Mijn Kind Online, 2015). Kinderen groeien op in een wereld waarin ze overal, continu media om zich heen hebben. Het is dan ook niet zomaar dat deze 'digitale generatie' kinderen bestempeld worden als zeer ervaren mediagebruikers (Nikken, 2013). Kinderen zijn zelfs veel meer ervaren nieuwe mediagebruikers dan hun ouders. Wel is het van belang dat de term 'ervaren' wordt genuanceerd: Kinderen begrijpen de nieuwe media op technisch gebied sneller en kunnen er beter mee omgaan (Montgomery, 2000), maar dit betekent niet dat zij hier ook kritisch en verantwoordelijk mee om kunnen gaan (Duimel & De Haan, 2007). Het is daarom noodzakelijk dat kinderen leren omgaan met media (Ten Brummelhuis, 2011). Zij moeten mediaopvoeding krijgen. Nikken en Addink (2011) beschrijven mediaopvoeding als *"het deel van de ouderlijke opvoeding dat ertoe bijdraagt dat kinderen in hun vrije tijd bewust, prettig en veilig om kunnen gaan met de media. Het gaat om de interactie en het gesprek dat ouders aan kunnen gaan met hun kinderen over televisie, films, games, internet en ook boeken."* Dit is echter niet de enige definitie van mediaopvoeding. Er zijn veel artikelen geschreven over dit onderwerp, elk met net een andere definitie van mediaopvoeding. Schofield Clark (2011) legt de nadruk meer op de interpersoonlijke

communicatie van ouders om kinderen te beschermen tegen de negatieve effecten van media.

Mendoza (2009) is daarentegen van mening dat het niet alleen om de interpersoonlijke communicatie gaat, maar om *“elke strategie die ouders kunnen gebruiken om het mediagebruik van hun kinderen te begeleiden, controleren en interpreteren.”* (Mendoza, 2009). De bemiddeling daarvan wordt ‘parental mediation’ genoemd.

2.5.2 Vormen van mediaopvoeding

Mendoza (2009) stelt dat er drie vormen van ‘parental mediation’ bestaan: ‘restrictive mediation’, ‘active mediation’ en ‘co-use’.

Restrictive mediation is het stellen van regels door ouders. Deze regels kunnen bijvoorbeeld betrekking hebben op het verbieden van bepaalde programma’s op televisie, of op het beperken van de tijd dat een kind computerspellen mag spelen. Dit is een veel gebruikte vorm van mediatie bij ouders die het mediagebruik van hun kinderen willen controleren. Immers, als kinderen worden beperkt in hun mediagebruik, worden ze beschermd tegen de negatieve effecten ervan. Bij active mediation gaat het vooral om het praten over media-inhoud. Ouders bespreken de onderwerpen, de personages en de goede of slechte dingen die voorbijkomen in bijvoorbeeld een film of een televisieprogramma met hun kinderen (Valkenburg, 1999). Deze vorm van mediatie wordt vaak gezien als de meest effectieve vorm van mediatie (Mendoza, 2009). Bij de derde vorm van mediatie, co-use, draait het om de interactie met het kind, tijdens het kijken van een film / programma of het spelen van een computerspel. Het gaat erom dat de ouders meekijken met hun kind, maar zonder commentaar te geven op de inhoud of bijvoorbeeld de effecten. Bij co-use is dus geen sprake van discussie, waardoor de kritische reflectie van het kind niet wordt bevorderd. In paragraaf 2.5.3 wordt verder ingegaan op de effecten van de verschillende vormen van mediaopvoeding.

Nu het internet een steeds grotere rol is gaan spelen in de huis- en slaapkamers van vele gezinnen, is het nog maar de vraag of de drie traditionele vormen van mediatie ook toepasbaar zijn op het internetgebruik van kinderen. Het internet verschilt namelijk op meerdere gebieden met het kijken van films of programma’s. Zo vereist het internet bijvoorbeeld een veel hogere interactie dan het passief kijken naar televisie en is het internet bovendien veel complexer: Het is een platform om video’s te kijken, om aan sociale interactie te doen, om content te produceren, etc. (Nikken & Jansz, 2013).

Sonck, Nikken & De Haan (2013) hebben onderzoek gedaan naar parental mediation bij het internetgebruik van kinderen tussen de 9 en 16 jaar. De auteurs laten aan de ene kant zien dat de drie traditionele vormen van mediatie nog steeds toepasbaar zijn op het internetgebruik, maar dat er aan de andere kant ook sprake is van nieuwe vormen van mediatie. Ze bouwen hierbij voort op het onderzoek

van Livingstone & Helsper (2008), die aantoonde dat er vier nieuwe vormen van mediatie toepasbaar zijn op internetgebruik: 'monitoring', 'interaction restriction mediation', 'technical restriction mediation' en 'active co-use'. De eerste vorm van mediatie, monitoring, is vijf jaar na het onderzoek van Livingstone & Helsper nog steeds toepasbaar (Sonck et al., 2013). Dit wil zeggen dat ouders, nadat kinderen gebruik hebben gemaakt van de computer, de online activiteiten controleren, zoals de verzonden e-mails en de bezochte websites. (Sonck et al., 2013). Ook de tweede vorm van mediatie, de interactive restriction mediation, is een relevante nieuwe vorm van mediatie. Deze vorm van mediatie staat voor de regels die bepalen wat kinderen wel en niet mogen doen op het internet. De regels hebben betrekking op het sociale netwerk van de kinderen, de video's die zij kijken, de berichten die zij versturen en de muziek of films die ze downloaden. De derde vorm van mediatie wordt restrictive technical mediation genoemd en wederom zijn de resultaten in lijn met het onderzoek van Livingstone & Helsper (Sonck et al., 2013). Bij deze vorm van mediatie leggen ouders technische restricties op, zoals het installeren van filters en het blokkeren van bepaalde sites. De vierde vorm van mediatie wordt active co-use genoemd. Het verschil tussen active co-use bij internetgebruik en co-use bij het televisie kijken, zit in de context waarin beide media gebruikt worden. Bij het televisie kijken kunnen de ouders en kinderen samen op de bank zitten, terwijl ze allebei naast het televisie kijken ook nog een andere activiteit ondernemen (bijvoorbeeld krant lezen en huiswerk maken). Het feit dat ouders en kinderen samen voor de computer zitten terwijl het kind gebruik maakt van het internet, maakt co-use mediatie ineens een stuk actiever, omdat er meer wordt gepraat over de activiteiten van het kind (Livingstone & Helsper, 2008). In tegenstelling tot de resultaten van Livingstone & Helsper, vinden Sonck et al. (2013) geen duidelijke vorm van co-use in hun onderzoek. Wel is er sprake van duidelijke vormen van active mediation, waarbij ouders hun kinderen bijvoorbeeld helpen met problemen die ze op het internet tegenkomen of het kind aanmoedigen om het internet te verkennen en ervan te leren (Sonck et al., 2013).

Ook Nikken & Jansz (2013) hebben onderzocht welke vormen van mediatie toepasbaar zijn op het internetgebruik van kinderen. Zij hebben zich op jongere kinderen gericht, van twee tot twaalf jaar. De resultaten komen redelijk overeen met eerdere onderzoeken (Livingstone & Helsper, 2008; Mendoza, 2009; Sonck et al., 2013). Eén vorm van mediatie verschilt echter met de resultaten van Sonck et al. (2013): Er is geen sprake van monitoring, maar wel van 'supervision'. Een mogelijke verklaring voor het ontbreken van 'monitoring', is de jonge leeftijd van de kinderen (Nikken & Sonck, 2013). Supervision was daarentegen de meest voorkomende vorm van mediatie (Nikken & Sonck, 2013). Bij deze vorm van mediatie mag het kind het internet op, maar wordt er door de ouders wel toezicht gehouden op de activiteiten van het kind.

Recentelijk deden Zaman et al. (2016) onderzoek naar media en kinderen in Vlaanderen. Uit hun interviews met Vlaamse ouders blijkt dat de ouders veel gebruik maken van restrictieve mediation, met betrekking tot tijdsduur en inhoud. Dit ligt in lijn met voorgaand onderzoek. Zaman et al. (2016) concluderen dat ouders niet willen dat hun kinderen constant bezig zijn met beeldschermen, ten koste van bijvoorbeeld buiten spelen of met speelgoed spelen, maar dat er uitzonderingen worden gemaakt, als de media een opvoedende rol dienen. Daarnaast ondervonden de auteurs dat de Vlaamse ouders ook veel gebruik maken van active mediation (Zaman et al., 2016). Als belangrijke kanttekening geven de auteurs wel aan dat de onderwerpen van de gesprekken verschillen met resultaten uit voorgaand onderzoek. Waar in voorgaand onderzoek de gesprekken tussen ouders en kinderen vooral gaan over de media-inhoud, gaven de Vlaamse ouders aan dat veel gesprekken juist gaan over de regels over tijdslimieten en budgetkwesties, waardoor een overlapping ontstaat tussen restrictieve en active mediation. De auteurs stellen dat de verschillende vormen van mediatie in combinatie uitgevoerd kunnen worden (Zaman et al., 2016).

2.5.3 Negatieve effecten van mediaopvoeding

Naast het feit dat kinderen dankzij parental mediation leren omgaan met media, kunnen de verschillende vormen van mediatie ook negatieve effecten bij kinderen teweeg brengen. Restrictive mediation, het stellen van regels aan kinderen, kan bijvoorbeeld averechts werken. Verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat kinderen media juist aantrekkelijk vinden, als deze worden verboden. Dit effect wordt het 'verboden vrucht effect' genoemd en is op het gebied van films (Cantor, 1998), televisie (Sneegas & Plank, 1998), computergames (Gosselt et. al, 2012) en muziek (Christensen, 1992) onderzocht. Hoewel de resultaten per onderzoek van elkaar verschillen, blijkt het effect verschillende malen op te treden. Het idee achter dit effect is, dat als iets wordt verboden, het juist wordt begeerd (Christensen, 1992). Ook bij tabaksgebruik (Sussman et al., 2010) en alcoholgebruik (Hankin et al., 1993) is dit effect gevonden. Door het stellen van regels, lijken kinderen dus meer aangetrokken tot datgene verboden wordt. Volgens Nikken (2012) is active mediation daarom een effectievere vorm van mediatie. Door gevoelens en ideeën over de media met hun ouders te delen, kunnen kinderen zelf een oordeel vormen over het mediagebruik. Gegrond commentaar zorgt daarbij voor een meer kritische blik van het kind ten opzichte van de media. De ouders en kinderen kunnen op die manier zowel van elkaar, als van de media leren (Nikken, 2012).

Active mediation kent echter ook negatieve gevolgen. Hoewel enerzijds het negatief praten over geweld op televisie met kinderen ervoor zorgt dat kinderen minder agressie vertonen, kan het positief praten over geweld op televisie er anderzijds voor zorgen dat kinderen het televisiegeweld gaan

imiteren (Hicks, 1968). Het is daarom van belang dat ouders met de juiste invalshoek over media praten met hun kinderen, om de negatieve effecten te voorkomen (Nathanson, 2009).

Ook co-viewing, de vorm van mediatie waarbij de ouders met hun kinderen meekijken, kent niet alleen positieve effecten. Zo kunnen kinderen zich door co-viewing agressiever gaan gedragen (Nathanson, 1999) en kunnen ze gaan geloven dat televisie echt is (Messaris & Kerr, 1984). Daarnaast blijkt dat kinderen wiens ouders co-viewing toepassen, een grotere kans hebben om een stereotype beeld van seksuele rollen aan te nemen en banger zijn voor de buitenwereld, dan kinderen wiens ouders niet aan co-viewing doen (Rothschild & Morgan, 1987).

2.5.4 Ouderlijke behoefte aan opvoedinformatie

Uit recent gepubliceerde artikelen blijkt dat mediaopvoeding meer dan ooit actueel is (Nikken & De Haan, 2015; Nikken & Markx, 2014; Sleeboom & Hermanns, 2014). De snelle technologische ontwikkelingen zijn hier een plausibele verklaring voor. In 2011 stelden Nikken & Addink nog dat ouders en verzorgers mediaopvoeding nog niet als dringend ervaren. Redenen hiervoor zijn verouderde psychologische idealen, onwetendheid en onverschilligheid (Nikken & Addink, 2011). Tegenwoordig blijkt dit wel anders te zijn.

Sleeboom & Hermanns (2014) vroegen ouders van pubers en jongvolwassenen welke vragen en behoeften aan opvoedinformatie zij hebben. Uit het onderzoek blijkt dat mediaopvoeding het thema is waar ouders de meeste vragen over hebben (Sleeboom & Hermanns, 2014). Wel maken ouders van pubers (12 t/m 16 jaar) zich meer zorgen over het mediagebruik dan ouders van jongvolwassenen (17 t/m 23 jaar). Binnen dit thema hebben ouders de meeste vragen over het maken van regels en afspraken over het gebruik van media en over wat normaal mediagebruik is voor die leeftijd. Ongeveer de helft van de ondervraagde ouders maakt zich daarnaast zorgen over een computerverslaving bij hun kinderen (Sleeboom & Hermanns, 2014).

Ook uit de resultaten van Nikken & De Haan (2015), die hun onderzoek uitvoerden bij ouders met kinderen tussen de 0 en 7 jaar oud, blijkt dat ouders zich veel zorgen maken over de mate waarin hun kinderen gebruik maken van media. Daarnaast vragen veel ouders zich ook af hoe ze de geschikte websites, games of apps voor hun kinderen kunnen herkennen en hoe zij het best hun kinderen kunnen helpen bij hun dagelijkse mediagebruik.

De resultaten van Nikken & Markx (2014) staan ook in lijn met bovengenoemde onderzoeken. Het blijkt namelijk dat ouders van kinderen tot en met 12 jaar de meest lastige opvoedproblemen ervaren bij situaties die te maken hebben met het mediagebruik van kinderen. *“Kinderen die te lang achter elkaar bezig willen zijn met media, eindeloos zeuren om een apparaat te gebruiken en zich*

vervelen en niets anders willen dan een beeldscherm” (Nikken & Markx, 2014), zijn volgens de auteurs de meest voorkomende probleemsituaties.

2.6 PROBLEEMSTELLING

De besproken literatuur zorgt voor een behoefte naar een verkennend exploratief onderzoek. Het is duidelijk dat Kijkwijzer bij de invoering in 2001 het belangrijkste hulpmiddel was voor het beschermen van kinderen tegen schadelijke beelden, maar dat meerdere ontwikkelingen op het gebied van mediatechnieken de laatste jaren voor een nieuwe situatie hebben gezorgd. De mediaopvoeding van ouders lijkt uitdagender dan ooit tevoren en het is maar de vraag wat ouders tegenwoordig van de Kijkwijzer van vijftien jaar geleden vinden. De overkoepelende onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal staat, is daarom als volgt opgesteld:

Hoe denken ouders over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het kunnen uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content?

In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat mediaopvoeding een groot onderdeel is van de opvoeding van kinderen. Tegenwoordig lijkt dat voor ouders nog een grotere uitdaging te zijn dan voorheen. Belangrijke ontwikkelingen die de laatste jaren hebben plaatsgevonden, zoals de opkomst van user-generated content, de groeiende populariteit van streamingsservices als Netflix en het groeiende aantal beeldschermen per gezin, creëren de behoefte om te verkennen hoe kinderen tegenwoordig films en televisieprogramma's bekijken en hoe ouders dat begeleiden. De eerste deelvraag van het onderzoek is daarom als volgt opgesteld:

DV 1: Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?

Ook heeft de literatuur uitgewezen dat classificatiesystemen als Kijkwijzer een belangrijk hulpmiddel vormen voor de mediaopvoeding van ouders. Er is echter geen duidelijk classificatiesysteem voor user-generated content beschikbaar. Sommige video's zijn niet zichtbaar voor kinderen onder de achttien jaar, maar een classificatiesysteem, zoals Kijkwijzer dat is bij televisie en films, is er niet. Ouders krijgen minder hulp over mogelijke schadelijkheid bij UGC dan bij traditionele film en televisie, terwijl UGC wel voor iedereen toegankelijk is. Wat vinden ouders daarvan? De tweede deelvraag richt zich op de toegankelijkheid van deze nieuwe vorm van video kijken:

DV 2: Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?

De literatuur heeft uitgewezen dat het belangrijk is om kinderen te beschermen voor schadelijke media-inhoud. De blootstelling van kinderen aan schadelijke beelden kunnen namelijk vele gevolgen hebben, zoals het ontwikkelen van agressief gedrag door kinderen die in aanraking komen met gewelddadige beelden. De volgende deelvraag richt zich op informatie die ouders gebruiken om de kinderen te kunnen beschermen tegen dergelijke schadelijke beelden. Gezien Kijkwijzer bij uitstek het hulpmiddel is, die ouders in Nederland hierbij kunnen gebruiken, wordt bij deze deelvraag ook ingegaan op het gebruik van Kijkwijzer. De derde deelvraag luidt als volgt:

DV 3: In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?

Waar in de derde deelvraag de informatiebronnen die ouders gebruiken om kinderen te beschermen tegen schadelijke beelden zijn verkend en in hoeverre Kijkwijzer wordt gebruikt door ouders, wordt in de laatste deelvraag een beeld geschetst van de huidige relevantie van Kijkwijzer. Gezien de maatschappelijke en technologische ontwikkelingen die in dit hoofdstuk aan bod zijn gekomen, is de vraag of ouders in de huidige Kijkwijzer het juiste hulpmiddel zien voor hun mediaopvoeding. Het is aannemelijk dat ouders een nieuw handvat nodig hebben in de tsunami aan media-aanbod. De laatste deelvraag luidt als volgt:

DV 4: Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?

3 METHODE

Het doel van dit onderzoek is om de onderzoeksvraag en bijbehorende deelvragen te kunnen beantwoorden. In deze paragraaf wordt allereerst ingegaan op het design van de onderzoeksmethode, waarna stap voor stap de topiclijst, de selectie van de participanten, de afnameprocedure, de samenstelling van de participanten, de transcriptie, de data-analyse en ten slotte de interne validiteit worden behandeld.

3.1 HET ONDERZOEKSDSIGN: KWALITATIEVE INTERVIEWS

Dit onderzoek maakt gebruik van één onderzoekstechniek: kwalitatieve dataverzameling. Bij kwalitatief onderzoek is niet de kwantiteit van belang, maar de kwaliteit van de steekproef (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2005). Het afnemen van kwalitatieve interviews is de methode die het best geschikt is om attitudes, opinies, gevoelens en gedachten te achterhalen (Gilbert, 2008). In dit onderzoek staan de attitudes, opinies, gevoelens en gedachten van ouders centraal, waardoor het afnemen van kwalitatieve interviews de methode lijkt die het meest geschikt is voor dit onderzoek. De onderzoeker gaat in dit exploratieve onderzoek namelijk op zoek naar de belevingswereld van ouders (Evers, 2007). Gezien het verkennende karakter van dit onderzoek, kan op zoek worden gegaan naar verbanden tussen variabelen (Saunders, Lewis & Thornhill, 2011).

Interviews zijn één van de meest gebruikte en belangrijkste methoden binnen het kwalitatieve onderzoeksveld. Interviews is de algemene benaming voor verschillende soorten vraaggesprekken, aangezien deze van elkaar kunnen verschillen (Saunders et al., 2011). Er is gekozen om de interviews in dit onderzoek semigestructureerd op te stellen, omdat de onderzoeker op zoek is naar de redenen van de meningen, houdingen en beslissingen van de participanten (Saunders et al., 2011).

Semigestructureerde interviews zijn gericht op een aantal vooraf bepaalde thema's, waarbij onderwerpen en/of vragen vooraf door de onderzoeker zijn opgesteld (Boeije, 2012). Deze vragen zijn bedoeld om het interview te sturen en zorgen ervoor dat bij elk interview dezelfde thema's worden besproken (Qu & Dumai, 2011). De vooraf bepaalde vragen en thema's zijn opgesteld in een topiclijst. De volgorde van de vragen stond daarin niet vast, maar per interview is wel elk topic behandeld. In paragraaf 3.2 wordt ingegaan op de totstandkoming van de topiclijst. De antwoordformuleringen worden niet gestuurd, waardoor de kans groot is dat de participanten hun werkelijke ideeën delen (Baarda et al., 2005). Dit komt de interne validiteit ten goede. In paragraaf 3.6 wordt verder ingegaan op de interne validiteit.

3.2 DE TOPICLIJST

De topiclijst bevatte de onderwerpen die met de participanten zijn besproken en de gehele lijst is te vinden in de bijlage. In deze paragraaf wordt uiteengezet op welke manier de deelvragen geoperationaliseerd zijn in de topiclijst. Om de eerste deelvraag te dekken, zijn meerdere vragen opgesteld. Het eerste topic, over de hoeveelheid beeldschermapparaten per gezin en de verdeling van die apparaten over de gezinsleden, is opgesteld om een context te creëren. Een groot aantal beeldschermapparaten binnen een gezin kan namelijk invloed hebben op het mediagebruik en de mediaopvoeding, zoals de moeite die ouders hebben om controle te houden over wat hun kinderen kijken of de manier waarop een gezin films en programma's kijkt: iedereen op zijn eigen apparaat of gezamenlijk op één apparaat? De topics die volgen op de eerste vraag, gaan allen over de manier waarop kinderen thuis films en programma's kijken en hoe ouders dit begeleiden. Weten ouders welke films en programma's door hun kinderen gekeken worden? Hoe worden films en programma's thuis gekeken? Hebben ouders een overzicht van wat voor beelden in films en programma's kunnen zitten? Praten ouders met de kinderen over de films en programma's die de kinderen kijken? Verbieden ouders sommige films of programma's voor de kinderen? Welke regels worden in huis gehanteerd om het mediagedrag te controleren? Een antwoord op deze topics zorgt voor een compleet beeld van de manier waarop ouders omgaan met het mediagebruik van de kinderen, waardoor **DV 1** beantwoord kan worden.

Om de tweede deelvraag te kunnen beantwoorden, zijn minder topics nodig dan bij de eerste deelvraag. De deelvraag gaat over de opvattingen van ouders over de toegankelijkheid van user-generated content. Om die deelvraag te kunnen beantwoorden, zijn de volgende topics opgesteld: Wat vinden ouders ervan dat sites als *Youtube* en *Dumpert* zo toegankelijk zijn voor hun kinderen? Vinden ouders dat er een classificatiesysteem moet worden toegepast op user-generated content, zoals Kijkwijzer dat is voor traditionele film en televisie? En zo ja, op welke manier zien ouders dit voor zich? Door middel van deze twee topics kan een correct antwoord gevormd worden op **DV 2**.

De derde deelvraag vergt meer topics dan de tweede deelvraag. Aangezien de derde deelvraag zowel ingaat op het gebruik van Kijkwijzer, als op het gebruik van andere informatiebronnen om meer te weten te komen over schadelijkheid van beelden, is deze deelvraag als volgt geoperationaliseerd in de topiclijst: Zijn ouders ten eerste bekend met Kijkwijzer? Maken ouders gebruik van de leeftijdsclassificaties en/of de inhoudsclassificaties van dit classificatiesysteem? Wat vinden ouders van die classificaties? Welke informatiebronnen gebruiken ouders (verder) om meer te weten te komen over

de schadelijkheid van films en programma's? Als deze topics met de ouders zijn besproken, is er genoeg informatie vergaard om een antwoord te formuleren op **DV 3**.

Om de laatste deelvraag te beantwoorden, voldoet één topic. Deze deelvraag is opgesteld om erachter te komen of ouders Kijkwijzer tegenwoordig nog relevant vinden. Dit is dan ook letterlijk de manier waarop de laatste deelvraag geoperationaliseerd is in de topiclijst: Hoe denken ouders over de relevantie van Kijkwijzer en (hoe) moet Kijkwijzer veranderen om met de tijd mee te gaan? Dit zijn de relevante topics die vereist zijn om **DV 4** te kunnen beantwoorden.

3.3 SELECTIE VAN PARTICIPANTEN

In totaal zijn voor dit onderzoek dertien interviews afgenomen, via één groep participanten: ouders. Het gaat hierbij om ouders, die één of meer kinderen hebben, in de leeftijd van drie tot en met zestien jaar. Hierbij werd beoogd om evenveel vaders als moeders te interviewen, om een goede afspiegeling van de steekproef te creëren. Daarnaast zijn de ouders ook geselecteerd op een verschil in opleidingsniveau, woonsituatie, afkomst en gezinsgrootte. De selectie heeft plaatsgevonden door middel van een doelgerichte steekproeftrekking (Boeije, 2012), waarbij de participanten op basis van overwegingen zijn uitgekozen. Dit komt de representativiteit van het onderzoek wellicht niet ten goede, maar, zoals eerder vermeld, streeft kwalitatief onderzoek niet naar representativiteit (Baarda et al., 2005). In dit onderzoek ligt de focus op het vinden van betekenis en structuur.

De participanten zijn benaderd via de directie van de basisscholen *De Fakkel* en *Jenaplanschool Wittevrouwen*, te Utrecht. Er is gekozen om ouders via meerdere scholen te benaderen, wederom om een goede afspiegeling van de steekproef te handhaven. Het is bovendien een efficiënte aanpak, omdat de participanten via de scholen tegelijkertijd benaderd kunnen worden. Aangezien Utrecht de kleinste stad (na Amsterdam, Rotterdam en Den Haag) is van de vier grote steden, is de kans aanwezig dat zowel kinderen van het platteland als kinderen uit de stad op deze scholen zitten. Het kan namelijk zo zijn dat opvattingen van ouders op het platteland verschillen van de opvattingen van ouders in de stad.

Aangezien het wenselijk was dat er ook ouders met kinderen op de middelbare school mee zouden doen aan het onderzoek, zijn diverse ouders via de sneeuwbal methode bereikt. Via enkele personen wordt dan een netwerk van potentiële participanten opgebouwd (Wester, Renckstorf, & Schepers, 2006).

3.4 AFNAMEPROCEDURE

De directie van de twee eerder genoemde scholen heeft namens de onderzoeker een mail gestuurd naar ouders van kinderen uit verschillende schoolklassen. In de mail werd uitgelegd waar het onderzoek over gaat, hoe lang het interview ongeveer zou duren en of de ouders interesse hadden om mee te werken. De ouders konden reageren als zij interesse hadden. Met die ouders werd nogmaals contact opgenomen, om een afspraak te maken voor het interview.

Elk interview, op één na, is bij de ouders thuis afgenomen, om ervoor te zorgen dat zij geen moeite hoefden te doen om ergens heen te gaan. Bovendien was de verwachting dat ouders zich thuis op hun gemak voelen en het is aannemelijk dat dit invloed kan hebben gehad op de voortgang van het gesprek. Eén interview is afgenomen op het werk van een ouder, omdat dat specifieke afnamemoment het enige tijdstip was waarop zij mee kon werken. Deze locatie betrof de kantine van het *Diakonessenhuis* te Utrecht.

Bij alle interviews is van te voren met de ouders gecommuniceerd, dat het wenselijk was als de kinderen op het moment van interviewen niet thuis (of in ieder geval niet in dezelfde ruimte) zouden zijn. Dit is om te voorkomen dat ouders bepaalde uitspraken niet zouden kunnen of willen doen. De meeste interviews zijn daarom 's middags tussen 12.00 uur en 15.00 uur afgenomen, omdat de kinderen op dat moment nog op school waren.

De gemiddelde lengte van de interviews bedroeg ongeveer drie kwartier. In enkele gevallen duurde een interview maar 35 minuten, maar soms ook een uur. Er is aan alle ouders gevraagd op welke dag en welk tijdstip het interview voor hen het beste uitkwam, waardoor zij de interviewer in alle rust thuis konden ontvangen. Daarnaast werd van tevoren ook duidelijk aan de ouders gevraagd of zij er mee akkoord gingen, als het interview opgenomen zou worden. Elke ouder ging hiermee akkoord.

3.5 SAMENSTELLING VAN DE PARTICIPANTEN

In tabel 1 wordt de samenstelling van de geïnterviewde ouders weergegeven. Wat meteen opvalt, is dat alle ouders uit het onderzoek moeders zijn, die in twee interviews werden vergezeld door hun echtgenoot. In totaal zijn dus vijftien ouders geïnterviewd, uit dertien gezinnen. Er zijn echter net zo veel vaders als moeders benaderd voor het onderzoek, maar het waren vooral de moeders die interesse hadden om mee te werken. Een mogelijke verklaring hiervoor kan zijn, dat de moeders die interesse hadden veelal een parttime baan hebben. Hierdoor waren zij vaak flexibel in hun beschikbaarheid.

De kinderen boven de zeventien jaar oud (twee meisjes van vierentwintig en negentien) zijn in de interviews buiten beschouwing gelaten, omdat bleek dat de ouders zich niet meer bezig houden met

de mediaopvoeding van die kinderen. Twee ouders zijn alleenstaande moeders en de rest woont allemaal samen met hun man of vriend. Ook is te zien dat alle ouders uit dit onderzoek meerdere kinderen hebben, op één ouder na. De leeftijd van de ouders varieert tussen de 38 en 55 jaar oud. Eén moeder, nummer 12, is van Turkse afkomst. Ook haar man komt uit Turkije. De rest van de gezinnen zijn allen Nederlands.

De meeste ouders hebben minimaal een HBO-studie afgerond. Een enkeling heeft MBO gedaan en één moeder, degene van Turkse afkomst, is net begonnen met een studie.

Tabel 1: De participanten uit het onderzoek

Ouder(s)	Leeftijd	Opleiding	Kinderen (leeftijd)	Woonsituatie
Moeder 1	38	HBO interieurarchitectuur	Jongen (5)	Alleenstaand
Moeder 2	51	HBO verpleegkunde	Meisje (24) Jongen (15) Meisje (14)	Alleenstaand
Moeder 3	42	HBO toneelschool	Meisje (9) Jongen (7)	Samenwonend
Moeder 4 en vader 1	45 en 49	Beiden MBO	Meisje (17) Jongen (15)	Samenwonend
Moeder 5	43	HBO human resources	Jongen (12) Meisje (9)	Samenwonend
Moeder 6	49	WO gezondheidswetenschap	Jongen (11) Meisje (9)	Samenwonend
Moeder 7	48	WO milieuwetenschappen	Meisje (11) Meisje (9)	Samenwonend
Moeder 8 en vader 2	50 en 55	Beiden WO	Meisje (19) Meisje (13)	Samenwonend
Moeder 9	42	WO milieuwetenschappen	Jongen (8) Meisje (6) Jongen (2)	Samenwonend
Moeder 10	41	HBO kunstopleiding	Jongen (8) Meisje (3)	Samenwonend
Moeder 11	38	WO recht, bestuur en management	Jongen (7) Jongen (5) Jongen (2)	Samenwonend
Moeder 12	38	Student HBO	Meisje (15) Meisje (9) Jongen (8)	Samenwonend
Moeder 13	41	HBO pabo	Meisje(9) Jongen (6)	Samenwonend

3.5.1 Geen verschillen in opleiding en woonsituatie

In de gesprekken is gezocht naar eventuele verschillen in antwoorden tussen ouders met een ander opleidingsniveau en een andere woonsituatie. Er zijn echter geen duidelijke verschillen tussen

opvattingen van ouders aan het licht gekomen, die te wijten zijn aan een verschil in opleidingsniveau of woonsituatie. In de resultatensectie wordt daarom geen onderscheid meer gemaakt tussen deze categorieën. Wel zijn er verschillen gevonden tussen ouders met kinderen in verschillende leeftijdscategorieën. De leeftijden van de kinderen worden daarom wel meegenomen in de resultatensectie.

3.6 TRANSCRIPTIE

Het is belangrijk dat de informatie, die ouders geven tijdens de interviews, correct kan worden teruggevonden en kan worden gereproduceerd. Daarom is van elk interview een audio-opname gemaakt met behulp van een smartphone. Voor de afname is getest of de opnames op dit apparaat duidelijk verstaanbaar waren. Elk interview is vervolgens letterlijk getranscribeerd. Dit betekent dat ook tussenwerpsels als 'eh' en 'ehm' zijn genoteerd. Dit kan namelijk belangrijke context zijn tijdens een gespreksituatie, omdat het bijvoorbeeld kan duiden op twijfel of onwetendheid bij de participant. Het transcriberen is een tijdrovend proces, maar zorgt er voor dat informatie later makkelijk kan worden opgezocht. Per tien minuten interview, is gemiddeld genomen een uur transcriptie nodig geweest.

3.7 DATA-ANALYSE

Na het transcriberen van alle interviews, zijn de uitspraken van de participanten gelabeld met behulp van de software *NVivo 11*. Dit programma wordt veel gebruikt voor kwalitatieve data-analyse en maakt het mogelijk om woorden of tekstfragmenten in te delen in categorieën of thema's. Door de verschillende antwoorden op de vragen systematisch met elkaar te vergelijken, kunnen uitspraken per thema bij elkaar gezet worden. Op die manier is het makkelijker om de uitspraken van de participanten te interpreteren en kunnen de attitudes op systematische wijze worden bepaald (Boeije, 2012).

De interviews zijn in verschillende fasen geanalyseerd (Wester et al., 2006). Als eerste zijn de interviews verkennend gelezen, waarbij de bruikbare passages zijn geselecteerd. Bij de volgende stap zijn deze bruikbare passages naar thema ingedeeld. Dat wil zeggen dat elke passage een bijbehorend label, ofwel *node* in *NVivo 11*, toegewezen kreeg. Op die manier konden alle passages, die met elkaar te maken hadden, bij elkaar worden gezet en kon er een overzicht worden gecreëerd van de attitudes van de participanten per thema. In de laatste fase is structuur aangebracht en konden verbanden gelegd worden tussen uitspraken. Op basis daarvan zijn conclusies getrokken en is naar een antwoord op de hoofd- en deelvragen toegewerkt. De drie fasen zijn herhaald tot er verzadiging optrad en er geen

nieuwe relevante informatie werd geobserveerd. In de resultatensectie zijn de bevindingen overzichtelijk per deelvraag gerapporteerd.

3.8 INTERNE VALIDITEIT EN BETROUWBAARHEID

Bij kwalitatief onderzoek is het belangrijk dat de interne validiteit hoog is. Met andere woorden, het redeneren moet correct worden uitgevoerd (Saunders et al., 2011). De interne validiteit kan gezien worden als de 'waarheid' en 'authenticiteit' van het onderzoek. De beste manier waarop interne validiteit verkregen kan worden in kwalitatief onderzoek, is door middel van citaten uit de interviews (Kapborg & Berterö, 2001). Hiermee laat de onderzoeker duidelijk zien waar zijn verklaringen vandaan komen en wat dus de 'realiteit' van de participanten is. Daardoor wordt het voor de lezer mogelijk om de interpretaties en conclusies van de onderzoeker te herleiden. Om interne validiteit in dit onderzoek te verkrijgen, worden de conclusies en interpretaties in de resultatensectie daarom vaak geïllustreerd met citaten uit de interviews.

Selectiviteit van de onderzoeker kan de interne validiteit belemmeren (Saunders et al., 2011). Zo kan de onderzoeker bijvoorbeeld interviewpassages negeren, die de voorlopige conclusies tegenspreken. Om selectiviteit te voorkomen, is bij elk thema steeds gekeken naar de passages hierover in alle interviews. Per thema is dus een totaalbeeld gecreëerd van de attitudes en opvattingen van ouders. Als één ouder een andere mening had dan alle andere ouders, is dit in de resultatensectie telkens duidelijk vermeld.

Daarnaast is de betrouwbaarheid van het onderzoek gestimuleerd, door de antwoorden van de participanten samen te vatten na elk topic (Onwuechbuzie & Leech, 2007). Miscommunicatie is hierdoor tegengegaan. Een andere manier waarop de betrouwbaarheid hoog is gehouden, is door de interviews op te nemen met een opnameapparaat. De interviewer krijgt daardoor de mogelijkheid naderhand het hele gesprek terug luisteren en kan zich tijdens het gesprek volledig richten op de inhoud. Wel was het van belang om voorafgaand aan de interviews aan de participanten duidelijk te maken dat er geen foutieve antwoorden bestaan. Daarmee is vermeden dat participanten gebruik maakten van sociaal wenselijke antwoorden. De interviews zijn allemaal face-to-face afgenomen.

4 RESULTATEN

Om het overzicht in dit hoofdstuk te bewaren, worden de resultaten besproken aan de hand van de vier deelvragen. De deelvragen zullen op volgorde worden behandeld, waardoor het hoofdstuk een logische opbouw heeft naar de conclusie toe.

4.1 DV 1: HOE GAAN OUDERS OM MET HET GEBRUIK VAN MEDIA DOOR HUN KINDEREN THUIS?

In de eerste paragraaf van de resultatensectie, wordt ingegaan op de manier waarop kinderen thuis films en programma's kijken en hoe ouders dat begeleiden. Als eerst wordt ingegaan op de verschillende beeldschermapparaten bij de gezinnen thuis, hoe deze media verdeeld zijn tussen ouders en kinderen en ook is de manier waarop de media thuis gebruikt worden verkend. Worden media afzonderlijk gebruikt, of vaak gezamenlijk? Wat zijn de populairste media? Wat zijn de momenten op een dag dat de kinderen gebruik maken van media?

4.1.1 Beeldschermapparaten in huis

4.1.1.1 *Televisie*

Aan beeldschermapparaten bij de geïnterviewde ouders thuis blijkt geen gebrek te zijn. Alle gezinnen hebben minstens één televisie in huis. Ongeveer de helft van de gezinnen hebben twee of drie televisies thuis. De tweede televisie staat in deze gevallen vaak op de kamer van de ouders. Bij de drie gezinnen, die drie televisies hebben, wordt de derde televisie in alle gevallen gebruikt voor een spelcomputer. Deze televisie staat op zolder of op de kamer van één van de kinderen. De kinderen die gebruik maken van de spelcomputers zijn alle drie jongens, van vijftien, twaalf en acht jaar oud.

4.1.1.2 *Laptop*

Laptops zijn ook veelvuldig aanwezig binnen de dertien geïnterviewde gezinnen. Eén gezin heeft maar één laptop in huis. Het gaat hier om een alleenstaande moeder met een zoontje van vijf jaar oud. De rest van de gezinnen heeft minimaal twee laptops in huis. Het jongste kind met een eigen laptop is dertien jaar oud. Alle kinderen boven die leeftijd hebben tevens hun eigen laptop. Dit wil niet zeggen dat in de gezinnen met jongere kinderen, de laptop niet door de kinderen gebruikt wordt. Vaak is dit juist wel het geval. In één gezin worden de laptops alleen door de ouders gebruikt voor hun werk, maar ze hebben ook een desktop computer waar de kinderen wel gebruik van mogen maken.

4.1.1.3 Mobiele telefoon

Een derde beeldschermapparaat dat in alle gezinnen te vinden is, is de mobiele telefoon. Alle ouders hebben hun eigen mobiele telefoon en het jongste kind dat een eigen telefoon heeft, is negen jaar oud. Niet alle kinderen boven de negen hebben echter hun eigen telefoon. Eén jongen van elf heeft nog niet zijn eigen telefoon, hoewel hij er wel veel om zeurt. Zijn moeder vindt de tijd echter nog niet rijp voor een eigen telefoon. De rest van de kinderen boven de negen jaar oud, heeft wel een eigen mobiele telefoon. In alle gevallen gaat het om een smartphone, waar de kinderen vaak spelletjes op spelen. Ook komt het voor dat kinderen niet hun eigen telefoon hebben, maar dat ze wel spelletjes mogen spelen op de telefoon van hun ouders. In twee gezinnen was dit het geval, waarvan één ouder de telefoon als beloning uitleent als haar dochter (negen jaar) goed had geoefend voor pianoles.

4.1.1.4 Tablet

Het vierde veel vertegenwoordigde beeldschermmedium binnen de gezinnen, is de tablet. Er is maar één gezin zonder tablet in huis. Het gaat hierbij om een samenwonend stel met een zoon van acht en een dochter van drie jaar oud. De helft van de twaalf overgebleven gezinnen heeft één tablet in huis, en de andere helft heeft minstens twee tablets. Het viel op dat het bij alle tablets gaat om een iPad, op één tablet na, die van Samsung was. Deze wordt echter bijna niet meer gebruikt door het gezin, omdat elk gezinslid liever gebruik maakt van de iPad. Uit de gesprekken kwam naar voren dat kinderen de iPad maar al te graag gebruiken. De meest voorkomende activiteiten op dit medium zijn spelletjes spelen en *Youtubefilmpjes* bekijken. In de meeste gevallen is de iPad een medium dat door het hele gezin gebruikt wordt. Bij de gezinnen met minstens twee iPads, was vaak één iPad van de kinderen en één iPad van de ouders. Een paar kinderen hebben hun eigen iPad, waarvan een meisje van negen de jongste is.

4.1.1.5 Aantal apparaten per gezin

Als alle beeldschermapparaten samen worden genomen, kan gesteld worden dat het aantal beeldschermapparaten per gezin varieert van vier tot elf apparaten. Het gezin met het minst aantal beeldschermapparaten is de alleenstaande moeder met haar enige zoon (vijf jaar). Zij hebben één televisie, één laptop, één tablet en de ouder heeft een smartphone. Het gezin met de meeste beeldschermen bestaat uit twee ouders en drie kinderen (vijftien, negen en acht jaar). Zij hebben twee televisies, twee iPads, twee laptops en vijf smartphones. De rest van de gezinnen, veelal met twee ouders en twee of drie kinderen, hebben vaak zeven tot acht beeldschermapparaten: één of twee televisies, twee laptops, twee smartphones en één of twee tablets.

4.1.2 Hoe worden de beeldschermapparaten gebruikt?

Nu geïnventariseerd is welke beeldschermapparaten de geïnterviewde gezinnen allemaal in huis hebben, richt de volgende vraag zich op het gebruik van deze apparaten. Uit de interviews kwam naar voren dat het mediagebruik in de dertien gezinnen wordt gekenmerkt door het individualistische gehalte. Veel ouders gaven aan dat het bij hen thuis niet vaak voorkomt, dat iedereen gezamenlijk een medium gebruikt, door bijvoorbeeld met het hele gezin een film te kijken. Kinderen zijn vooral individueel bezig met een medium. Vooral het gebruik van de iPad is een individuele activiteit voor kinderen. Een aannemelijke oorzaak hiervan is de grootte van het scherm en de korte afstand tussen iPad en gebruiker. Televisie of film kijken is nog wel een activiteit die regelmatig gezamenlijk wordt ondernomen. Vooral in het weekend zijn de momenten waarop het meest samen wordt gekeken naar films of programma's op televisie. Meerdere gezinnen kijken gezamenlijk *Wie is de Mol* op zaterdagavond of *Studio Sport* op zondagavond. Eén van de moeders kijkt elke dag het jeugdjournaal samen met haar kinderen. Ook een uitstapje naar de bioscoop is een activiteit die vooral in het weekend of tijdens vakanties plaatsvindt. Daarnaast kijken moeders soms ook mee met hun kinderen, als ze het programma zelf interessant vinden. Eén van de kinderen is gek op *Floortje Naar Het Einde Van De Wereld* en dit programma kijkt haar moeder maar al te graag mee.

Ook *Uitzending Gemist* is erg populair bij meerdere kinderen. Aangezien dit vaak plaatsvindt op de laptop of tablet, is deze manier van televisie kijken veelal individueel. Het is tijdens de gesprekken duidelijk geworden dat films kijken stukken minder populair is dan televisieprogramma's of series kijken. Meerdere ouders denken dat dit komt omdat films te lang duren, waardoor de kinderen hun concentratie kwijt raken.

4.1.3 Via welke kanalen worden films en programma's gekeken?

De media waarop films en programma's worden gekeken, verschillen heel erg per gezin. Een opvallend resultaat is dat het blijkt dat kinderen niet veel verschil meer maken tussen traditionele vormen van film en televisie en nieuw technologieën. Kinderen streamen net zo graag filmpjes van *Youtube* en kijken ze vervolgens op de televisie. In het ene gezin wordt de laptop via HDMI-kabel aangesloten op de televisie, het andere gezin maakt gebruik van interactieve televisie, en weer een ander gezin streamt content vanaf de iPad via *Airplay* naar de televisie. Een duidelijke trend is hier niet in te vinden, maar al deze vormen van film of serie kijken hebben wel een belangrijk aspect met elkaar gemeen: In alle gevallen kan de kijker zelf kiezen wat er op dat moment wordt gekeken, in plaats van dat er wordt gekeken naar de op dat moment aangeboden content. Eén van de ouders is van mening dat dit komt door de tijden waarin haar kind (twaalf jaar) opgroeit: *"Ik merk wel een duidelijk generatieverschil. Dat ik nog heel erg*

gefocust ben op het programma wat mij aangeboden wordt, en hij is heel erg gefocust op waar hij zelf zin in heeft.”

Zoals eerder vermeld, is *Uitzending Gemist* bij de kinderen een populaire manier van het ‘kijken waar je op dat moment zin in hebt’. Naast *Uitzending Gemist* zijn er ook nog andere manieren om films, programma’s en series te kijken op elk gewenst moment. Een voor de hand liggend voorbeeld hiervan is *Netflix*. Uit de gesprekken kwam naar voren dat de helft van de gezinnen een abonnement heeft op *Netflix*. Bij al deze gezinnen wordt deze vorm van film of serie kijken ook door de kinderen gebruikt. *Netflix* wordt zowel op de laptop, (interactieve) televisie als iPad gebruikt. De gezinnen die geen abonnement hebben op *Netflix*, maken wel gebruik van andere diensten om films en series te kunnen kijken op het moment dat zij zelf willen. In verschillende gevallen worden films op *iTunes* of via de televisieprovider gekocht en ook de gratis terugkijkdiensten van de *NPO* en *RTL* worden gebruikt. Het opnemen van films die op televisie komen werd in geen enkel gezin gedaan. Het lijkt er op dat deze manier van ‘kijken waar je op dat moment zin in hebt’ tot het verleden behoort.

Voorgaand genoemde diensten zijn allemaal officiële, legale kanalen. De ouders kregen ook de vraag of zij weleens films illegaal downloaden. In slechts één gezin streamen de ouders films op illegale filmsites. De ouder zei hierover dat ze het niet erg vond dat dat meestal wat oudere films zijn, omdat ze geen waarde hecht aan het kijken van heel recente films. Dit gezin heeft geen abonnement op *Netflix*. De overige ouders downloaden niet illegaal, omdat ze het te ingewikkeld vinden, omdat ze de tijd er niet voor hebben of omdat ze al gebruik maken van diensten als *Netflix*.

4.1.4 Op welke momenten wordt het meest gekeken naar films en programma’s?

Over de tijden waarop beeldschermapparaten het meest gebruikt worden door de kinderen, is een duidelijke lijn te vinden. Vrijwel alle kinderen van de geïnterviewde ouders zijn vlak voor het avondeten met een beeldscherm bezig. De meest voorkomende reden hiervan, is dat moeders op dat moment koken en dat vaders nog niet thuis zijn van het werk. Ook vlak voor het naar bed gaan is een populaire tijd waarop kinderen graag iets kijken. Ongeveer de helft van de kinderen kijkt ook televisie voordat ze naar school gaan. Sommigen kijken *Zapp*, sommigen *Nickelodeon* en een enkeling kijkt dan *Youtubefilmpjes* op de laptop of iPad. Meerdere ouders hebben benadrukt dat hun kinderen in de zomer minder met beeldschermen bezig zijn, omdat ze dan liever buiten spelen. Diverse ouders zeiden ook dat hun kinderen op zondagochtend heel graag televisie kijken. Van die gezinnen kiezen de kinderen op de zondagochtend regelmatig *NPO 3* uit. Dat zijn de momenten waarop *VPRO*-series als *Beestieboys* worden uitgezonden.

Uit de verhalen van de ouders over de momenten waarop hun kinderen met een beeldscherm bezig zijn, kwam naar voren dat de traditionele vorm van televisie kijken vooral 's ochtends populair is. 's Middags en 's avonds wordt vaker voor de iPad of laptop gekozen.

4.1.5 Weten ouders wat hun kinderen kijken?

Op de vraag of ouders op de hoogte zijn van het kijkgedrag van hun kinderen, is een duidelijke lijn te trekken. Bij het geval van televisie kijken, was een enkeling er zeker van precies te weten wat hun kinderen kijken, maar de meerderheid denkt het *“grotendeels”* te weten. Eén ouder gaf aan *“een klein beetje”* op de hoogte te zijn van wat de kinderen kijken. In het laatste geval weet de ouder dit, door steekproefsgewijs de kamer van de kinderen (zeventien en vijftien jaar oud) in te lopen, om te kijken wat zij aan het doen zijn. Deze ouder heeft nog nooit meegemaakt dat één van de kinderen zich op dat moment betrappt voelde en vertrouwt de kinderen daarom blindelings in wat ze kijken. De redenen dat ouders denken te weten wat hun kinderen kijken, lopen wel uiteen. De ene ouder is ervan overtuigd dat haar dochter toch geen grenzen overschrijdt, omdat zij uit zichzelf heel bang aangelegd is. Andere ouders geven aan vaak mee te kijken met hun kinderen, waardoor zij bijna altijd op de hoogte zijn van wat hun kinderen kijken. Enkele ouders vertelden dat hun kinderen altijd in de woonkamer televisie kijken, waardoor de ouders altijd een oog in het zijl houden.

Bij het gebruik van de iPad of laptop, vinden ouders het vaak lastiger om precies te weten wat de kinderen doen op deze media. Bij jonge kinderen vinden ouders het nog niet echt moeilijk om een overzicht te houden, aangezien die kinderen nog niet kunnen typen. De ouders moeten dan iets op *Youtube* intypen bijvoorbeeld, of een spelletje downloaden, waardoor ze altijd op de hoogte zijn van de bezigheden van de kinderen. Oudere kinderen (vanaf ongeveer acht jaar) vormen hierbij echter een probleem. Zij leren typen en kunnen dus zelf zoeken. Meerdere ouders gaven om die reden aan dat ze minder overzicht hebben in wat hun kinderen op de iPad, laptop of telefoon doen, dan op de televisie.

4.1.6 Waarom vinden ouders het (on)belangrijk om te weten wat hun kinderen kijken?

Op de vraag of ouders het belangrijk vinden om op de hoogte te zijn van wat hun kinderen kijken, antwoordden de ouders eveneens eenduidig. Op één ouder na, vinden alle ouders het belangrijk om hiervan op de hoogte te zijn. Aangezien zowat elke ouder aangaf op de hoogte te zijn van wat hun kinderen kijken, is het niet onverwachts dat de ouders het ook belangrijk vinden. Ouders geven hiervoor als meest voorkomende reden, dat ze *“niet willen dat de kinderen iets kijken dat niet geschikt voor ze is”*. Sommige ouders geven iets meer uitleg, door te zeggen dat ze *“te veel geweld niet oké vinden”*, of omdat ze niet willen dat de kinderen *“iets kijken waar veel seks in voorkomt.”* De ene ouder, die het niet

zo belangrijk vindt om te weten wat haar dochter (dertien jaar) kijkt, zegt hierover: *“Ik vind het niet zo belangrijk, omdat ze het zelf wel schift. Ik ben niet zo bang dat zij hele gekke dingen gaat kijken.”* Het feit dat ouders het belangrijk vinden om te weten, wil echter niet zeggen dat ze zich er ook constant mee bemoeien. Een moeder (met kinderen van zeven, vijf en twee jaar oud) zei namelijk: *“Ja, ik vind het wel belangrijk, maar ergens denk ik wel: ik kan er wel als een soort havik op gaan zitten, maar kijken ze het niet bij mij, dan kijken ze het wel bij iemand anders.”* Dit citaat resulteert in de volgende paragraaf: de regels die ouders stellen aan hun kinderen, om hun mediagedrag te kunnen controleren.

4.1.7 Welke regels stellen ouders?

4.1.7.1 Tijdslimiet

Bij de vraag of ouders regels hanteren over het gebruik van media, zijn de antwoorden eenduidig. Ouders stellen wel regels, maar die gaan vaak over de tijdslimiet, en niet zozeer over de inhoud van de media. Kijkend naar de vormen van mediaopvoeding van Mendoza (2009), kan gesteld worden dat veel ouders dus een vorm van restrictive mediation hanteren. Zaman et al. (2016) concludeerden dat de ouders uit hun onderzoek veel gebruik maken van restrictive mediation, met betrekking tot tijdsduur én inhoud. De ouders uit dit onderzoek maken ook veel gebruik van restrictive mediation, maar enkel met betrekking op tijdsduur. De tijdslimieten verschillen wel heel erg per gezin. Eén moeder vindt een kwartier per dag al het maximum, terwijl een andere moeder twee uur beeldschermtijd per dag nog wel acceptabel vindt. Een andere moeder hanteert de regel dat haar kinderen (zeventien en vijftien jaar) tot het avondeten op een beeldscherm mogen. Na het eten is het tijd voor huiswerk. Weer een andere moeder laat haar kinderen (negen en zes jaar) pas vanaf 17.00 uur op een beeldscherm, totdat ze naar bed moeten. Er was echter ook een moeder (met kinderen van acht, negen en vijftien jaar oud) die het stellen van een tijdslimiet heeft opgegeven: *“We hebben een tijdje geprobeerd een tijdslimiet in te stellen, één uurtje per dag ofzo. Maar dat werkt ook niet. Als ik naar mijn werk ga en mijn man is niet thuis, ja dan gaan ze zitten. Dan kun je niet controleren. Zo gaat dat gewoon.”*

Waarom vinden ouders het dan zo belangrijk dat hun kinderen niet te lang achter een beeldscherm zitten? Het wordt in de gesprekken duidelijk dat ouders over het algemeen van mening zijn dat te veel mediagebruik een negatieve invloed heeft op de kinderen. Alle ouders die tijdslimieten stellen, doen dat uit opvoedkundig perspectief. De verschillende redenen die ouders geven voor het stellen van tijdslimieten, bouwen voort op voorgaande onderzoeken naar negatieve effecten van media. Sommige ouders vinden het belangrijk dat de kinderen genoeg bewegen, een punt dat Valkenburg (2008) ook aankaartte. Zij stelde dat overmatig mediagebruik ten koste kan gaan van andere

belangrijke bezigheden, zoals huiswerk maken, sporten en slapen (Valkenburg, 2008). Andere ouders vinden het belangrijk dat de kinderen ook met bijvoorbeeld *Lego* spelen, om de fantasie en creativiteit van de kinderen te bevorderen. Eerder onderzoek wees uit dat cognitieve ontwikkelingen, zoals het niveau van begrijpend lezen en de creativiteit van kinderen, worden belemmerd door het mediagebruik van kinderen (Kooistra, 1993; Valkenburg & Van Der Voort, 1995). De ouders met wat oudere kinderen zijn bang dat hun kinderen anders niet aan hun huiswerk toe komen of aan hun sociale kring kunnen werken. Tot slot zijn ook enkele ouders bang dat hun kinderen agressief gedrag overnemen uit films of televisieprogramma's, een conclusie die Anderson en Bushman (2001) in hun meta-analyse trokken. Zij lieten zien dat er een duidelijk verband is tussen het niveau van agressief gedrag bij kinderen en de tijd die zij worden blootgesteld aan gewelddadige televisie en films. De ouders uit dit onderzoek beseffen dus goed dat media negatieve effecten kunnen hebben op kinderen.

Concluderend kan gesteld worden dat veel ouders tijdslimieten hanteren voor hun kinderen, maar dat de vormen en redenen hiervan per gezin uiteen lopen.

4.1.7.2 *Verbieden van media-inhoud*

Alle ouders kregen ook de vraag of zij weleens films of programma's verbieden voor hun kinderen. Zoals in de vorige subparagraaf al duidelijk werd, gaven ouders aan dat ze wel regels stellen, maar vooral over de tijdsduur en niet zozeer over de media-inhoud. Waar Zaman et al. (2016) concludeerden dat Vlaamse ouders vaak media-inhoud verbieden, blijkt uit dit onderzoek dat ouders dit niet als de juiste oplossing zien om hun kinderen te beschermen tegen schadelijke media-inhoud. Het merendeel van de antwoorden op deze vraag was dan ook negatief: Ouders verbieden niet vaak media-inhoud voor hun kinderen. In de gesprekken kwamen hiervoor eigenlijk twee hoofdredenen naar voren.

De eerste, meest voorkomende reden, is dat ouders niets hóeven te verbieden. Vijf ouders gaven aan dat hun kinderen nooit de behoefte hebben om iets te kijken, dat niet geschikt is voor hun leeftijd. Ze vertrouwen erop dat het niet nodig is om iets te verbieden.

De tweede reden komt voort uit het zogenaamde 'verboden vrucht effect'. Dit effect treedt op, als kinderen iets nog interessanter gaan vinden, als datgene juist verboden wordt (Cantor, 1998; Sneegas & Plank, 1998; Gosselt et al., 2012). Films die bijvoorbeeld verboden zijn voor kinderen onder de zestien jaar, kunnen juist heel interessant gevonden worden door kinderen van twaalf jaar oud, omdat de inhoud dan uitdagend is. Ook voor andere leeftijden kan dit effect optreden. Vier ouders uit dit onderzoek gaven aan dat ze nooit films of programma's verbieden, omdat ze bang zijn dat het averechts werkt. Ze vrezen dat hun kinderen, variërend tussen zes en vijftien jaar oud, het dan nog liever willen zien en het stiekem gaan doen, op hun kamer of bij vriendjes. De opvattingen van de

ouders liggen op dit gebied in lijn met die van Nikken (2012), die stelt dat restrictieve mediation om bovengenoemde reden minder effectief is dan is active mediation.

De overgebleven ouders gaven aan weleens content te moeten verbieden, waarvan de helft aangaf wel aan de kinderen uit te leggen waarom ze bepaalde programma's of films niet mogen zien. Dit laat zien dat active en restrictieve mediation eigenlijk met elkaar verweven zijn: De onderwerpen die tijdens de active mediation besproken worden, gaan over de restricties. Ook uit de interviews met de Vlaamse ouders, bleek dat er een overlapping was tussen restrictieve en active mediation (Zaman et al., 2016): Ouders gaven aan dat veel gesprekken juist gaan over de regels met betrekking tot tijdslimieten en budgetkwesties. Zowel dit onderzoek als het onderzoek van Zaman et al. (2016) vormen daarop een contrast met voorgaande onderzoeken over mediaopvoeding, die stellen dat er sprake is van ofwel restrictieve, ofwel active mediation (Livingstone & Helsper, 2008; Mendoza, 2009; Sonck et al., 2013).

De redenen van het verbieden van content door ouders in dit onderzoek, lopen uiteen. Een paar moeders verbieden te gewelddadige of enge films of programma's voor de kinderen. Ook om chatfuncties maakte een ouder zich zorgen. Zijn zoon (vijftien jaar) speelt veel spelletjes waarbij ook gechat kan worden. De vader heeft daarom wat poortjes van de router gesloten, zodat verschillende mogelijkheden (zoals de chatfunctie) van de spelletjes worden beperkt. Een kanttekening hierbij, is dat deze vader werkzaam is in de ICT. Het is heel waarschijnlijk dat niet alle ouders de technische vaardigheden hebben om dergelijke maatregelen te treffen. Eén ouder gaf aan weleens *Nickelodeon* te verbieden voor haar kinderen (11 en 9 jaar), om sociale redenen: *"Nou omdat het ons huis is, en in dit huis wonen we met zijn vieren, en twee mensen vinden het superirritant, dus dan wil ik gewoon dat we met elkaar rekening houden."* In meerdere gesprekken uitten ouders zich negatief over *Nickelodeon*. In de volgende subparagraaf wordt verder ingegaan op specifieke programma's en films die in meerdere gesprekken aan bod kwamen.

4.1.7.3 Gemeenschappelijke 'no-go's': Nickelodeon, Harry Potter, Brugklas

Een gemeenschappelijke ergernis van meerdere ouders, is de zender *Nickelodeon*. Zoals in de vorige subparagraaf besproken, is er één ouder die *Nickelodeon* verbiedt. Dit was echter niet de enige ouder die zich ergert aan dit kanaal. Verschillende ouders begonnen uit zichzelf over dit kanaal en de meningen waren allemaal erg negatief. Hieronder staan een paar citaten uit verschillende gesprekken, om dit te illustreren:

"Het enige waar ik op tegen ben, is Nickelodeon. Dat vind ik veel te druk."

“De kinderen zijn erg fan van Disney XD en Nickelodeon. Ik merk zelf dat ik er echt een beetje allergisch voor aan het worden ben.”

“Nickelodeon staat bij mij wel echt op een zwarte pagina.”

“Die gekke series op Nickelodeon maken zo veel herrie. Dat is geen geweld ofzo, maar wel superirritant. Ongelooflijk.”

“Ik word zelf op een gegeven moment gewoon helemaal gek van Nickelodeon, dat geschreeuw vooral.”

Uit de gesprekken blijkt dat het vooral de ouders zelf zijn die last hebben van *Nickelodeon*. Vooral als je zelf niet mee kijkt, valt het ‘schreeuwerige’ karakter van de kinderzender extra op. Geen van de ouders was namelijk van mening dat *Nickelodeon* schadelijk kan zijn voor de kinderen. Dit kan een verklaring zijn voor het feit dat er maar één ouder is, die *Nickelodeon* verbiedt. De rest van de ouders probeert de kinderen echter wel te sturen naar andere kanalen, voornamelijk *NPO 3*. De één doet dat door de kinderen te zeggen dat ze een bepaalde tijd naar *Nickelodeon* mogen kijken en daarna iets anders moeten opzetten, de ander doet dat door de kinderen in een gesprek te overtuigen dat de programma’s op *NPO 3* veel leuker zijn.

Een andere naam die in meerdere gesprekken in negatief opzicht genoemd werd, is *Harry Potter*. Vier ouders begonnen uit zichzelf over deze film en zeiden dat ze *Harry Potter* eigenlijk veel te eng vinden voor hun kinderen, ondanks de leeftijdsclassificatie van “6” voor het eerste deel van de reeks. Het gaat hierbij om twee kinderen van zeven, twee van negen en één van veertien jaar oud. Ook de “12”-classificatie van de rest van de reeks vinden de ouders eigenlijk te laag, omdat de films volgens één ouder zelfs een hoog “*horrorgehalte*” hebben. Drie van de ouders wacht daarom voorlopig nog even met het laten zien van *Harry Potter* aan de kinderen, en één ouder probeert erbij te zitten en erover te praten, op het moment dat haar dochter *Harry Potter* gaat kijken.

Een laatste naam die meerdere malen werd genoemd, is *Brugklas (AVROTROS)*. Twee ouders vonden het nog niet acceptabel dat hun kinderen (negen, negen en zeven jaar oud) graag naar *Brugklas* kijken. Ze vinden de kinderen nog veel te jong voor dat programma. Eén van de moeders zegt hierover: “*Dat vind ik dus weer een belachelijk programma. Want er zijn altijd problemen. Altijd vriendjes. Terwijl*

ze suggereren dat het een brugklas is. Nou, volgens mij gebeurt er nog niet zoveel in de brugklas. En dat vind ik dus een probleem, en daar praat ik met haar weer over."

4.1.7.4 Parental Control

Een middel dat al vele jaren bestaat om controle te kunnen houden op wat de kinderen doen op een medium, is het instellen van een soort kinderslot op de media-apparaten. Deze Parental Control zorgt ervoor dat ouders de toegang tot websites, spelletjes en andere inhoud en diensten uit kunnen schakelen of kunnen beperken (Kijkwijzer, 2016). De Parental Control wordt vaak meegeleverd met het apparaat zelf (zoals consoles of telefoons) of met besturingssystemen, zoals *Apple* en *Windows*, of browsers als *Firefox* en *Safari*.

Het gebruik van Parental Control binnen de gezinnen van dit onderzoek is zeer divers te noemen. Vier ouders maken er wel gebruik van en vier ouders maken er bewust geen gebruik van. Er zijn echter ook ouders die het wel zouden willen instellen, maar dat niet hebben gedaan omdat ze niet echt begrijpen hoe het werkt. En weer een andere moeder gaf aan eigenlijk geen idee te hebben of ze een vorm van Parental Control heeft op haar apparaten.

Van de ouders die wel een Parental Control hebben ingesteld, is er echter ook een ouderpaar, dat vond dat het geen invloed heeft: *"Ik heb zo'n Live-account aangemaakt voor mijn kinderen, zodat je dat Parental Control kunt instellen. Nou dat is leuk en aardig en dat gebruiken ze ook om in de computer te kunnen, maar vervolgens maken ze wel een andere e-mail aan, ja dus dan heeft het weinig nut meer."*

Eén ouder was zelfs verbaasd, toen ze te horen kreeg dat Parental Control nog steeds in te stellen is: *"Ja? Oh dat vraag ik me af, want je hebt zo veel apparaten... Vroeger had je één pc waar je dan met zijn allen mee deed, nu heeft iedereen zijn eigen media. Ik zie mezelf dat gewoon niet meer doen."* Deze ouder was echter niet de enige ouder met twijfels over de effectiviteit van Parental Control. Een andere ouder gaf aan wel Parental Control te hebben, maar had ondervonden dat heel *Youtube* nog wel toegankelijk was voor de kinderen.

Concluderend kan gesteld worden, dat over het gebruik van Parental Control geen duidelijke trend naar voren is gekomen. De meningen over Parental Control verschillen per ouder, en ook het gebruik ervan of de wens om het te gebruiken verschilt per gezin.

4.1.7.5 Overige regels

Naast het beperken van de beeldschermtijd of het verbieden van media-inhoud, waren er ook nog een paar ouders die andere regels hanteren met betrekking tot het mediagebruik van de kinderen.

Eén ouderpaar gaf aan zich niet echt zorgen te maken over de lengte van het mediagebruik, maar wel over het tijdstip waarop de media gebruikt worden. Daarom trekken zij elke avond om 23.00 uur het internet eruit, om ervoor te zorgen dat hun kinderen (zeventien en vijftien jaar) ten eerste niet te laat gaan slapen. Ten tweede ontvangen de kinderen interactieve televisie via internet op hun laptop. De ouders willen niet dat zij programma's kijken die na 23.00 uur worden uitgezonden.

Verschillende ouders vinden het daarnaast niet prettig dat de kinderen een medium meenemen naar hun eigen kamer. Het tweede ouderpaar gaf aan dat ze sinds kort de regel hebben ingesteld, dat hun dochter (dertien jaar) geen iPad meer op de kamer mee mag nemen. Haar laptop mag ze echter nog wel op de kamer, omdat ze ook huiswerk moet maken. De ouders zeiden hierover dat ze het daarom alsnog heel lastig vinden om zicht te houden op wat hun dochter allemaal kijkt.

In één gezin verstoppen de ouders soms zelfs media voor de kinderen. Op het moment dat de ouders aan de kinderen merken dat de verslaving te groot wordt en echt niet meer zonder de iPad kunnen, wordt de iPad afgepakt en een week verstoopt. Het verstoppen gaat echter wel gepaard met uitleg. Volgens de moeder begrijpt het kind (acht jaar) wel waarom de iPad verstoopt wordt, maar hij verandert vervolgens zijn gedrag niet, als hij de iPad terug krijgt. Dit heeft ervoor gezorgd dat de iPad al meerdere keren is verstoopt.

Naast regels om controle uit te oefenen op het mediagedrag van de kinderen, is er ook een moeder die de situatie vanuit een ander oogpunt bekijkt. Zij doet aan compensatie. Zoals in paragraaf 4.1.1.3 al was aangegeven, mag haar dochter (acht jaar) spelletjes spelen op de mobiele telefoon van haar moeder, als ze goed heeft geoefend voor pianoles.

4.1.8 Praten over media-inhoud

Aan alle ouders is gevraagd of ze weleens met hun kinderen praten over wat de kinderen kijken. Het blijkt dat het merendeel van de ouders uit het onderzoek hier inderdaad regelmatig met de kinderen over praat. De voornaamste reden komt uit een opvoedkundig perspectief. Meerdere ouders vinden de onderwerpen die in Zapp-series worden besproken, zoals in *Spangas*, *Klokhuis* en *De Dokter Corrie Show*, een uitgelezen kans om hier met de kinderen over door te praten, om bij te dragen aan de algemene ontwikkeling van de kinderen. Een ouder gaf zelfs aan deze programma's als "hulp bij de opvoeding" te gebruiken. Het opvoedingsgerichte karakter van sommige media kwam ook bij Zaman et al. (2016) naar voren, die concludeerden dat ouders niet willen dat hun kinderen constant bezig zijn met beeldschermen, ten koste van bijvoorbeeld buiten spelen of met speelgoed spelen, maar dat er uitzonderingen worden gemaakt, als de media een opvoedende rol dienen.

Kijkend naar de mediatievormen van Mendoza (2009), hanteren veel ouders uit dit onderzoek een vorm van 'active mediation'. Ze praten met hun kinderen over de onderwerpen, de personages en de goede of slechte dingen die voorbij komen. Volgens Mendoza (2009) is dit de meest effectieve vorm van mediaopvoeding. Niet alle ouders die over media-inhoud praten met hun kinderen, doen dit uit opvoedkundige beweegredenen. Ook het praten over *Wie Is De Mol*, *Expeditie Robinson* en andere familieprogramma's, komt in meerdere gezinnen voor. De kinderen vinden het dan heel leuk om met de ouders mee te denken wie de mol zou kunnen zijn, of wie er bij *Expeditie Robinson* het eiland zou moeten verlaten.

Niet alle ouders praten echter over de films en programma's die hun kinderen kijken. In vier gezinnen wordt nauwelijks door ouders en kinderen gepraat over de inhoud van films en programma's. Sommige ouders vinden het simpelweg niet interessant. Zo klonk het bij één gezin als volgt: *"Nee, niet echt. Het meeste wat zij (dertien jaar) kijkt, vind ik namelijk vreselijk."* Daarnaast voelde deze ouder de behoefte niet om over de media-inhoud te praten, omdat haar kinderen geen behoefte hebben om gewelddadige of angstaanjagende programma's of films te kijken.

In één geval vond een moeder het erg lastig om in te schatten wanneer het nodig is om met de kinderen (acht en drie jaar) te praten. Ze haalde een recent voorbeeld erbij, om dit uit te leggen: *"Toen met die aanslagen in Parijs enzo, toen wist ik niet zo goed hoe ik dat moest aanpakken, maar toen merkte ik dat ze daar op school ook aandacht aan besteedden."* Meerdere ouders gaven aan dat ze vinden dat de school wel een rol speelt in de mediaopvoeding. In de volgende subparagraaf wordt hier dieper op ingegaan.

4.1.9 Trend: School speelt belangrijke rol

Tijdens de interviews werd niets gevraagd over de eventuele rol die scholen zouden hebben met betrekking op de mediaopvoeding van kinderen. Toch zijn er diverse ouders die hierover begonnen. Dit is een resultaat waar op voorhand niet op was geanticipeerd, maar het feit dat meerdere ouders erover begonnen, maakt het een interessante trend. Een paar ouders zijn namelijk heel positief over de rol van de school in de mediaopvoeding. Wat opviel, is dat ouders vooral bij actuele onderwerpen een rol aan de school toekennen. Naast het citaat in voorgaande paragraaf, zei een andere ouder bijvoorbeeld: *"Die onthoofding vond ik bijvoorbeeld heel heftig, en ja dat vind ik wel, ehh, maar kijk, de school doet daar ook heel veel mee. Als het echt actualiteit is, speelt de school daar echt heel goed op in."* Ook andere ouders waren positief over de rol van de school bij de mediaopvoeding. Zo zei een moeder, toen het ging over belangrijke opvoedonderwerpen in televisieprogramma's: *"School pakt daar best wel een opvoedrol, merk ik."*

Ook uit andere citaten wordt duidelijk dat ouders positief staan ten opzichte van de school als ‘mede-opvoeder’ op het gebied van media. Zo zei een moeder bijvoorbeeld: *“En school stimuleert het natuurlijk ook wel om op de computer te gaan soms, van ja: hoeveel inwoners heeft Utrecht, dat wil hij dan allemaal opzoeken enzo, en dat mag soms wel van mij.”*

4.2 DV 2: HOE DENKEN OUDERS OVER DE TOEGANKELIJKHEID VAN USER-GENERATED FILM-CONTENT?

In deze paragraaf wordt ingegaan op de attitude van ouders ten opzichte van de toegankelijkheid van user-generated content. In alle gesprekken is *Youtube* gebruikt als voorbeeld voor user-generated content, omdat dit het bekendste en grootste kanaal is. In paragraaf 4.2.1 wordt ingegaan op de vraag wat ouders er van vinden dat sites als *Youtube* voor iedereen toegankelijk zijn. Vervolgens wordt in paragraaf 4.2.2 ingegaan op de vraag of ouders het een goed idee zouden vinden, als er een classificatiesysteem zou worden ingevoerd op *Youtube* en op welke manier zij dat voor zich zien.

4.2.1 De toegankelijkheid van *user-generated content*

Het overgrote gedeelte van de ouders laat zich negatief uit ten opzichte van de toegankelijkheid van *Youtube*. Ze zien een bepaald gevaar voor hun kinderen. De aanwezigheid van seksueel getinte filmpjes is de belangrijkste reden voor deze negatieve attitude. Meerdere ouders begonnen namelijk direct over hun angst voor het gemak waarmee hun kinderen dan seksuele filmpjes te zien kunnen krijgen. Eén moeder zei bijvoorbeeld het volgende: *“Ze willen nu een kleine kitten, een klein poesje, en ja... hahaha.”* Met dit citaat doelde de moeder op de zoektermen waarmee hun kinderen *Youtube* afstruinen. Ook in het volgende citaat komt naar voren dat een ouder zich hier zorgen over maakt: *“En toen had mijn dochter volgens mij iets ingetikt, blote baby ofzo, nou, binnen twee kliks kom je bij blote mannen en vrouwen die vervelende dingen doen. En daar keek ik wel van op, dat dat kan.”* In drie gesprekken gaven de ouders aan er altijd bij te willen zitten, als de kinderen op filmpjes kijken op *Youtube*. De kinderen van deze ouders zijn acht, zeven en vijf jaar oud. Er waren echter ook ouders die negatief waren ten opzichte van de toegankelijkheid van *Youtube*, maar die zich persoonlijk geen zorgen maakten. De reden hiervoor was dat ze denken te weten dat hun kinderen geen filmpjes opzoeken, die ongeschikt zijn voor hun leeftijd.

Hoewel veel ouders negatief waren ten opzichte van de toegankelijkheid van *Youtube*, lijken de meesten zich er wel bij neer te leggen. Zo gaven bijvoorbeeld drie ouders aan dat we in een tijd leven waarin iedereen vrij is, dus dat de toegankelijkheid van *Youtube* logisch is. Een andere ouder is van

mening dat je als ouder niet meer 100% controle kan uitoefenen op wat kinderen te zien kunnen krijgen, omdat het aanbod simpelweg te groot is geworden.

Er was ook een ouder die aangaf het juist positief te vinden, dat *Youtube* zo toegankelijk is. Toen haar gevraagd werd, wat zij ervan vindt dat *Youtube* voor iedereen toegankelijk is, antwoordde ze: *“Dat vind ik op zich wel goed, want ik vind dat de verantwoordelijkheid voor ouders is. Je moet dat soort dingen niet allemaal afschermen.”*

4.2.2 Vinden ouders dat er een classificatiesysteem op *Youtube* moet worden toegepast?

Dit was een puntje waarbij het in vele gesprekken even stil viel. De ouders kregen de vraag, of ze vinden dat er een classificatiesysteem als Kijkwijzer toegepast zou moeten worden op UGC-sites als *Youtube*. De rode lijn van de antwoorden is duidelijk. De meeste ouders vinden dit een heel goed idee, maar weten niet goed hoe dit dan gedaan zou moeten worden. Zowel de vorm van dit systeem, als degenen die de verantwoordelijkheid hierover zouden hebben, vormen beide grote vraagstukken voor alle ouders. Zo gaven meerdere ouders aan dat het onmogelijk is om alle filmpjes op *Youtube* te categoriseren. Daar is het aanbod te groot voor.

Toch blijken sommige ouders best een idee te hebben van hoe zij het voor zich zien. Eén moeder had het idee dat de sleutel bij de vloggers met veel volgers ligt:

“Weet je wat ook heel mooi zou zijn, dat je de verantwoordelijkheid legt bij de vloggers, bloggers enzo. Zoals een Enzo Knol en noem maar op. Dat die zichzelf een kijkwijzer opleggen. Dat zou ideaal zijn. En dat je dat ook dus met adverteerders doet. Want hij verdient natuurlijk zijn geld met adverteerders. Dan zou het dus eigenlijk in de markt zelf geregeld worden. Die adverteerders zouden moeten zeggen: Je krijgt van mij 10000 euro voor die advertentie, als jij maar die 12+ aanhoudt.”

Het punt is wel dat Nederlandse vloggers maar een heel klein gedeelte vormen van het complete aanbod op *Youtube*, en dat lang niet alle kinderen enkel filmpjes van vloggers (willen) zien. De ouder beseft dat wel, maar is er toch van overtuigd dat kinderen in Nederland heel erg fan zijn van vloggers. Een andere ouder legt de verantwoordelijkheid ook bij de mensen die de filmpjes uploaden. De vader beperkt zich echter niet tot de vloggers, maar heeft het over iedereen die filmpjes uploadt:

“Je zou dat wel bij Youtube verplicht kunnen stellen, dat als je er iets op zet, dat je dat dan classificeert, en dat dat misschien dan steekproefsgewijs gecontroleerd kan worden. Maar ik zou dat wel goed vinden ja, dat je weet, voordat je dit opent, dat je weet dat je

beelden te zien krijgt die schokkend zijn. Zoals dat op het nieuws bijvoorbeeld ook gezegd wordt, dan kan je nog afhaken. Zo zou ik het wel voor me zien ja.”

Later in het gesprek voorziet deze ouder zichzelf wel van zelfreflectie. Hij beseft gedurende het gesprek dat zijn oplossing wel een beetje dubbel is. Hij denkt namelijk dat een filmpje wel interessanter wordt, juist als het verboden wordt. Dus het is voor “*thrillseekers*” des te interessanter, als er aan het begin van een filmpje wordt aangegeven, dat er veel geweld in zit. Uiteindelijk denkt de ouder dat zijn oplossing alleen werkt voor kinderen net als zijn dochter, die geen interesse hebben in enge, seksuele, of andere schokkende filmpjes. Meerdere ouders begonnen over dit ‘verboden vrucht effect’, dat in paragraaf 4.3.2. eerder besproken is. Zij gaven aan dat het classificeren van *Youtube*-materiaal misschien averechts kan werken.

Naast bovengenoemde voorbeelden, die beiden de verantwoordelijkheid van het classificatiesysteem leggen bij de ‘uploaders’, zijn er ook ouders die vinden dat de verantwoordelijkheid bij een andere partij ligt. Zo zijn er een paar ouders die vinden dat er geen andere oplossing is, dan de verantwoordelijkheid voor het beschermen van de kinderen tegen materiaal van *Youtube* bij de ouders zelf neer te leggen. Ze vinden dat de ouders ervoor moeten zorgen dat hun kinderen geen schokkende beelden te zien krijgen op internet, door er met kinderen over te praten, door Parental Control toe te passen en door ernaast te zitten.

Er was ook één moeder, die vindt dat het bedrijf *Youtube* verantwoordelijk is voor het invoeren van een classificatiesysteem. Ze beseft echter wel heel goed dat het onbegonnen werk is om al het materiaal handmatig te gaan classificeren: “*Er zijn misschien wel programma’s die heel snel kunnen scannen of er bloot in zit, of niet?*”

Geen van de ouders vindt dat het bedrijf achter Kijkwijzer verantwoordelijk is voor een dergelijk systeem. Eén ouder geeft hier een duidelijke uitleg voor:

“Kijkwijzer is echt iets Nederlands en Youtube is gewoon wereldwijd, dus dat wordt al heel lastig denk ik. Want ik bedoel, ergens anders hebben ze weer andere normen en waarden op dat gebied. Dat ze bijvoorbeeld hier de Kijkwijzer al veel te ruim vinden.”

Al met al blijkt een oplossing niet voor de hand liggend voor de meeste ouders. Het is natuurlijk ook niet voor niets dat er (nog) geen duidelijk classificatiesysteem bestaat op *Youtube*.

4.3 DV 3: IN HOEVERRE MAKEN OUDERS GEBRUIK VAN KIJKWIJZER EN ANDERE INFORMATIEBRONNEN OM GOED OM TE KUNNEN GAAN MET DE MOGELIJKE SCHADELIJKHEID VAN HET FILM- EN TELEVISIEAANBOD?

In deze paragraaf wordt ingegaan op de informatie die ouders gebruiken, om meer te weten te komen over mogelijke schadelijkheid van films en televisieprogramma's. Als eerst wordt in paragraaf 4.3.1 nagegaan of ouders bekend zijn met Kijkwijzer, waarna vervolgens dieper wordt ingegaan op het gebruik van de leeftijds- en inhoudsclassificaties van Kijkwijzer in paragraaf 4.3.2 en 4.3.3. In paragraaf 4.3.4 wordt gekeken naar de overige informatiebronnen die ouders mogelijk gebruiken, om meer te weten over schadelijkheid van films en televisieprogramma's.

4.3.1 Zijn ouders bekend met Kijkwijzer?

Ouders kregen de vraag of zij bekend zijn met Kijkwijzer. Alle ouders hadden er weleens van gehoord, maar enkel vier ouders antwoordden met een volmondige "ja". Dit zijn dan ook de ouders die er echt gebruik van maken en bij films en programma's gaan opzoeken voor welke leeftijden het geschikt is. Het feit dat ouders denken te weten wat Kijkwijzer precies is, wil echter niet zeggen dat zij dit daadwerkelijk weten. Eén moeder antwoordde namelijk als volgt, op de vraag of zij bekend is met Kijkwijzer: *"Ja, dat zijn die poppetjes bovenaan toch?"* Hiermee doelt ze op de inhoudsclassificaties, die in beeld zijn voordat het programma begint. De inhoudsclassificaties zijn echter maar een gedeelte van Kijkwijzer.

Het grootste gedeelte van de ouders antwoordde twijfelachtiger op de vraag of zij bekend waren met Kijkwijzer. Bij vijf gesprekken betrof het antwoord *"een beetje"*. De toelichting hierbij was bijvoorbeeld dat een ouder weleens heeft opgezocht vanaf welke leeftijd een film geschikt was, of dat een ouder enkel de Kijkwijzer raadpleegt bij een bezoek aan de bioscoop. Eén van de moeders, die *"een beetje"* bekend was met de Kijkwijzer, gaf de volgende toelichting: *"Ik denk dat het een soort informatie geeft over de gevaren die aan film zitten. En ik heb het gevoel dat het alleen bij films is."* Deze ouder wist dus niet dat ook televisieprogramma's voorzien zijn van een Kijkwijzer-advies.

In de overige vier gesprekken, gaven de ouders aan *"niet echt"* bekend te zijn met Kijkwijzer. Logischerwijs zijn dit ook allemaal ouders, die Kijkwijzer nooit raadplegen. Bij het horen van de uitleg over wat Kijkwijzer is, reageerden ze in alle gevallen wel alsof ze er weleens van hadden gehoord. Het volgende citaat illustreert dit: *"O ja, dat zestien plus enzo, dat ken ik wel."* Deze ouder is dus eigenlijk wel bekend met de Kijkwijzer, maar wist niet dat het die naam heeft.

Drie ouders gaven aan dat zij verwachten dat ze meer gebruik zullen maken van de Kijkwijzer, naarmate hun kinderen ouder worden. Ze verwachten dat ze dus informatie nodig hebben, als de

kinderen ouder zijn. De kinderen van deze ouders variëren tussen de twee en negen jaar. De ouders denken dat het lastiger is om in te schatten wat wel en niet geschikt is voor hun kinderen, in de periode dat de kinderen pubers zijn. De ouders uit het onderzoek van Zaman et al. (2016) gaven nadrukkelijk aan dat zij verwachten dat de mediaopvoeding lastiger wordt, naarmate de kinderen ouder worden. Ook op dit gebied heeft het onderzoek van Zaman et al. (2016) dus raakvlakken met dit onderzoek.

4.3.2 Leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer

Ook werd ouders gevraagd of ze de leeftijdsclassificaties, die door Kijkwijzer worden toegekend, belangrijk vinden. Alle ouders zijn het over dit punt met elkaar eens: Iedereen vindt leeftijdsclassificaties belangrijk. De ouders zijn het erover eens dat de classificaties een goed hulpmiddel zijn voor ouders, bij het bepalen of een film of programma geschikt is voor hun kinderen.

Het feit dat alle ouders de leeftijdsclassificaties belangrijk vinden, betekent niet dat zij allemaal weten tussen welke leeftijdscategorieën onderscheid wordt gemaakt. Sterker nog, slechts één ouder wist de vijf categorieën (AL, 6, 9, 12, 16) op te noemen. In veel gevallen werd de negen jaar en ouder over het hoofd gezien, of werd achttien jaar en ouder als extra categorie genoemd. Verder kwam het ook regelmatig voor dat ouders dachten dat acht, elf of dertien tevens leeftijdscategorieën zijn, die door Kijkwijzer worden onderscheiden.

Nadat de ouders gevraagd werd of zij wisten welke categorieën allemaal bestaan, werden de categorieën verteld. Het merendeel van de ouders vond dat er voldoende categorieën waren. In elf van de dertien gesprekken gaven de ouders aan het met de verdeling eens te zijn. Eén moeder onderbouwde haar mening duidelijk: *“Ik herken er in ieder geval wel de ontwikkelingsfasen van kinderen in.”* Niet alle ouders waren het echter met de categorieën eens. Zo zei een moeder, met kinderen van elf en negen jaar oud: *“Nou, ik denk eigenlijk dat je twaalf en zestien wel samen kunt pakken. Kijk, ik denk, als je twaalf plus bent, dat je alles aan kan.”* Ze gaf daarna echter wel aan dat het een onzeker puntje was, omdat haar kinderen de leeftijd van twaalf nog niet bereikt hebben. Eén andere ouder gaf zijn twijfels over de categorieën, maar was niet heel stellig: *“Die negen wist ik dus niet, maar ik weet daar weinig van, over de emotionele ontwikkeling van een kind, maar dat zal heus wel goed onderbouwd zijn. Maar ik zou niet verwachten dat je tussen zes en negen, wacht, even denken.”* Uit het vage einde van voorgaand citaat, blijkt dat deze ouder eigenlijk niet goed weet of ze het eens is met de leeftijdsclassificaties.

4.3.3 Inhoudsclassificaties van Kijkwijzer

Alle ouders hebben de symbooltjes weleens voorbij zien komen en gaven dan ook aan min of meer bekend te zijn met de inhoudsclassificaties van Kijkwijzer. Niet alle ouders maken echter gebruik van de inhoudsadviezen. De helft van de ouders gaf aan geen gebruik te maken van de inhoudsadviezen, om diverse redenen. Zo zei een ouder de symbooltjes niet te raadplegen, omdat ze dan te diep moet graven. Eén ouder weet niet goed waar ze die tekentjes kan tegenkomen: *“Maar weet je, ik kom ze eigenlijk niet heel erg tegen op tv en bij Netflix. Zie je ze bij Netflix ook in beeld?”* Voordat een programma begint op televisie en bij de informatie over een serie of film op *Netflix*, worden de symbooltjes echter wel weergegeven. Uit dit citaat blijkt dat deze ouder de symbooltjes vooral linkt aan film. Uit het volgende citaat blijkt, dat ook een andere ouder de inhoudsclassificaties enkel met film relateert: *“Het lijkt mij wel een toegevoegde waarde hebben, maar wij kijken niet zo heel veel films.”* Er was ook een moeder die de inhoudsclassificaties niet echt gebruikt, omdat ze vindt dat elke keer dezelfde symbooltjes worden gebruikt: *“Nou ja het is bijna altijd geweld en schelden bij kinderen volgens mij. Dus ik zie daar niet heel vaak hele verschillende icoontjes bij eigenlijk. Dus ik let vooral op de leeftijd ja.”*

De andere helft van de ouders maakt echter wel gebruik van de inhoudsclassificaties. De redenen die de ouders hiervoor geven, lijken wel op elkaar. De ene ouder zegt dat het handig is, omdat ze dan gelijk kan zien wat voor type film of programma het is. En een andere ouder zegt bijvoorbeeld dat ze gelijk weet waar het over gaat, zonder dat ze de inhoud hoeft te lezen. Ook zei een ouder dat ze inhoudsclassificaties gebruikt, omdat ze dan beter kan oordelen, dan op basis van leeftijdsindicaties: *“Ik kan dan zelf een beetje inschatten, van, wat is dat eigenlijk voor film? Kijk, het kan wel voor negen plus of voor zes plus zijn, maar vind ik het wel geschikt voor mijn zesjarige kind?”*

4.3.3.1 Weten ouders wat de inhoudsclassificaties van Kijkwijzer betekenen?

Om te testen of de ouders op de hoogte waren van de betekenissen van de zes symbooltjes, kregen ze een figuur te zien, waarin de symbooltjes getoond werden. Zij dienden vervolgens aan te geven welke symbolen ze wel en niet kenden. De figuur zag er als volgt uit:



Figuur 3: De zes inhoudsclassificaties van Kijkwijzer

Geen van de ouders wist alle symbolen correct op te noemen. Er was zelfs één symbool, dat door geen enkele ouder juist benoemd werd: discriminatie. Dit is opmerkelijk, omdat alle ouders aan hadden gegeven bekend te zijn met de inhoudsclassificaties. Er was ook maar één symbool dat wel door alle ouders correct werd benoemd: geweld. Toen de ouders gevraagd werd, welk symbool zij het belangrijkste vinden, werd geweld vaak genoemd. Dit kan een verklaring zijn voor het feit dat alle ouders weten hoe het symbooltje voor geweld eruit ziet.

De overige vier symbolen werden wisselend goed en fout benoemd. Een duidelijke trend die uit de gesprekken naar voren is gekomen, is dat angstaanjagendheid en seks vaker goed benoemd worden, dan drugs en grof taalgebruik. Drugs werd in meerdere gevallen namelijk geassocieerd met *“iets medisch”* of *“een ziekenhuisprogramma”*, en grof taalgebruik werd een paar keer benoemd als *“schreeuwen”* of *“luidruchtig”*.

In de volgende subparagraaf wordt verder ingegaan op de mate waarin ouders elk symbool (on)belangrijk vinden.

4.3.3.2 Welke inhoudsclassificatie vinden ouders het (on)belangrijkst?

In de meeste gesprekken komt naar voren dat ouders de inhoudsclassificatie geweld het belangrijkste vinden. Belangrijk staat in dit geval voor de mate waarin het ouders beïnvloedt in hun mening over de geschiktheid van een programma voor hun kinderen. Soms vinden ouders geweld om opvoedkundige redenen belangrijk, omdat ouders niet willen dat hun kinderen denken dat geweld de manier is om problemen op te lossen. Ook denken een paar ouders dat hun kinderen agressief worden, als ze te veel gewelddadige beelden zien. Zij denken dat geweld een meer schadelijke invloed heeft dan de vijf andere inhouden.

Ook vinden sommige ouders angstaanjagendheid het belangrijkste. Dit komt dan doordat ze kinderen hebben, die snel bang worden. Aan de andere kant was een moeder er wel zeker van dat haar dochter meteen zou stoppen met kijken, als ze een het symbool voor angstaanjagendheid in beeld zou zien.

Het derde symbool dat in meer dan één gesprek werd bestempeld als belangrijkste symbool, was seks. In drie gesprekken gaven ouders aan dat ze liever niet willen dat hun kinderen met seksuele beelden in aanraking komen, maar de redenen hiervan wisten ze niet heel expliciet te noemen. In één gesprek zei een ouder bijvoorbeeld: *“Omdat ik het niet prettig vind als hij dingen ziet die nog niet voor zijn leeftijd zijn. En ja die beelden kunnen wel heftig binnen komen, en krijg je die dan nog wel uit je hoofd? En ik ben natuurlijk in een heel andere tijd opgegroeid, en nu druk je 3 keer op de muis en kan je weet ik veel wat voor zoi allemaal zien, dus dat vind ik wel iets om je van bewust te zijn.”*

Het kwam vaker voor dat ouders niet echt wisten waarom ze het ene symbool belangrijker vinden dan het andere. Meerdere ouders verklaarden hun keuze voor het belangrijkste symbool niet door te vertellen waarom ze dat symbool zo belangrijk vinden, maar door te vertellen waarom ze de andere symbolen juist niet zo belangrijk vinden. In verschillende gesprekken kwam het erop neer dat de kinderen nog te jong zijn om drugs of discriminatie te begrijpen, dus dat die beelden in hun huidige leeftijdscategorie nog niet schadelijk zijn. Diverse ouders gaven daarbij wel aan dat ze verwachten dat ze drugs en discriminatie steeds belangrijker zullen gaan vinden, naarmate de kinderen ouder worden.

Tijdens de interviews werd wel duidelijk dat ouders dit een moeilijke vraag vonden. Het kwam een paar keer voor dat ouders namelijk een antwoord gaven, en er tijdens hun uitleg op terug kwamen, door aan te geven dat ze vonden dat elk symbool eigenlijk wel iets belangrijks had.

4.3.3.3 *Vinden ouders de huidige inhoudsclassificaties voldoende?*

Op dit gebied waren de meeste ouders het met elkaar eens. De huidige classificaties zijn een goede representatie van schadelijke beelden voor kinderen.

Twee ouders hadden een extra symbool in gedachten. In één gesprek kwam een moeder met het idee om een symbool te maken voor pesten. Als voorbeeld van een film waarbij ze dit symbool graag zou zien, gaf ze *Spijt!*, de verfilming van het gelijknamige boek van Carry Slee. Een andere ouder gaf aan dat ze het wenselijk zou vinden, als er een symbool voor realisme ontwikkeld zou worden. Ze vindt namelijk dat er een groot verschil zit tussen realistisch geweld en onrealistisch geweld. Om haar standpunt te illustreren, gaf ze twee voorbeelden: de film *The Terminator* als onrealistisch, en de game *Assassins Creed* als realistisch. Ze vindt het totaal niet erg als haar zoon in aanraking komt met onrealistische gewelddadige beelden, omdat ze denkt dat hij goed onderscheid kan maken tussen fictie en realiteit.

Er was ook één moeder die vindt dat er juist te veel categorieën zijn. Discriminatie is volgens haar overbodig, omdat ze vindt dat het een deel van de opvoeding is, om daar iets mee te doen. Zij vindt dat het de verantwoordelijkheid van ouders is, om hun kinderen genoeg mee te geven. De kinderen moeten daardoor in staat zijn om zelf de juiste keuzes te maken.

4.3.4 *Welke andere informatiebronnen worden door ouders benut, om meer te weten te komen over de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?*

Naast Kijkwijzer, zijn er ook andere bronnen, die informatie kunnen geven over films en programma's. Trailers zijn hier een voorbeeld van, maar ook recensies, synopsissen en verhalen van bekenden zijn manieren om meer te weten te komen over een bepaalde film of programma.

De helft van de ouders zegt weleens trailers te kijken. Daarbij viel het op, dat vier van deze ouders uit zichzelf erbij zeiden, dat ze enkel trailers kijken voor een bezoek aan de bioscoop. De reden hiervan is dat ze niet zozeer willen weten of er schadelijke beelden in zitten, maar om te kijken of de film leuk genoeg is om heen te gaan.

Ook zijn er enkele ouders die aangaven soms informatie over films en programma's uit te wisselen met andere ouders. Dit gebeurde dan vooral na een negatieve ervaring, als hun kind bijvoorbeeld een enge film had gezien en daardoor niet kon slapen.

Het intikken van de naam van een film of programma op *Google* is ook een manier waarop sommige ouders informatie daarover vergaren. Deze ouders zeiden dat je dan automatisch op websites terecht komt, waarbij alle informatie bij elkaar staat. De trailer, Kijkwijzerclassificaties, en synopsis staan daar bijeen.

Verder werden in enkele gevallen ook recensies en stukjes in de gids en in de krant genoemd. Deze bronnen kwamen echter niet meer dan één keer voor in alle gesprekken.

De ouders die aangaven geen andere informatie dan Kijkwijzer te gebruiken, hadden hier wel hun redenen voor. Zo gaf een ouder aan dat ze geen behoefte heeft aan extra informatie, omdat ze weet dat haar kind niet geïnteresseerd is in schokkende beelden. Een andere ouder gaf aan dat ze zelf vaak mee kijkt met haar dochter, dus precies weet welke beelden voorkomen in de films en programma's die haar dochter kijkt.

4.4 DV 4: HOE DENKEN OUDERS OVER DE HUIDIGE RELEVANTIE VAN KIJKWIJZER?

Voor dit topic werd eerst een context geschetst voor de ouders. De technologische en maatschappelijke veranderingen werden kort benoemd, die sinds het ontstaan van Kijkwijzer in 2001 plaats hebben gevonden. Vervolgens kregen de ouders de vraag of zij Kijkwijzer, zoals het vandaag de dag functioneert, nog relevant vinden.

Bijna alle ouders vinden het concept Kijkwijzer nog wel relevant, maar denken wel dat de organisatie toe is aan vernieuwing. Over hoe de vernieuwingen eruit moeten komen te zien, denken alle ouders verschillend. In paragraaf 4.4.1 wordt verder ingegaan op de aanbevelingen van ouders. Slechts twee ouders waren van mening dat Kijkwijzer niets hoeft te veranderen om optimaal te blijven functioneren. Deze twee ouders zijn dan ook erg tevreden over de informatie die zij krijgen vanuit Kijkwijzer. Het volgende citaat illustreert deze gedachte: *“Op zich vind ik het een heel solide stelsel, zoals ik het nu consulteer en gebruik.”* In het andere gesprek waren de woorden over Kijkwijzer net zo positief: *“Kijkwijzer zelf, voor mij zie ik daar nu geen verandering in komen.”*

Eén ouder gaf aan dat Kijkwijzer tegenwoordig eigenlijk “overbodig” is geworden. De invloed van Kijkwijzer is volgens haar dermate klein geworden, dat het net zo goed kan ophouden met bestaan. Dat heeft volgens haar te maken met de huidige keuzemogelijkheden van de kinderen (vijftien, negen en acht jaar): *“Kinderen kiezen zelf gewoon. Dat kan je moeilijk beperken. Ze hebben alles in de hand. Ik kan hun niet 24 uur controleren. Ja je probeert het wel. Maar als je niet thuis bent, dan kijken ze wat ze willen gewoon. Zo makkelijk is het geworden.”* In de volgende subparagraaf wordt ingegaan op haar oplossing.

4.4.1 Hoe zou Kijkwijzer volgens de ouders moeten veranderen?

In deze paragraaf worden alle suggesties besproken, die ouders gaven voor eventuele verbeteringen van Kijkwijzer. Er dient vooraf een kanttekening gemaakt te worden: De meeste ouders moesten wel een tijdje nadenken, voordat zij konden benoemen hoe zij de vernieuwingen voor zich zagen.

De moeder die Kijkwijzer tegenwoordig “overbodig” vindt, uit het slot van voorgaande paragraaf, heeft behoefte aan meer voorlichting. Zij is op zoek naar de redenen achter de bestaande adviezen: *“We weten wel dat geweld niet goed is, en grof taalgebruik niet goed is, en enge films, dat is sowieso nooit goed, maar wat het precies inhoudt, dat weet je niet. Bijvoorbeeld als iemand een enge film kijkt, wat kunnen de gevolgen zijn? De gevolgen weet je niet.”* Een folder is volgens haar een goede manier om deze informatie te verspreiden naar ouders toe. Haar kinderen zijn vijftien, negen en acht jaar oud.

De tweede aanbeveling komt vanuit een moeder met kinderen van vijftien en veertien jaar oud. Zij heeft behoefte aan meer instructies van Kijkwijzer. De instructies moeten gaan over de manier waarop je kinderen het beste tegen schokkende beelden kunt beschermen, en over hoe je het best een kinderslot kunt instellen op je beeldschermapparaten. Het gaat haar dus niet zozeer om adviezen over de inhoud van een film, maar meer om praktijkgerichte adviezen over de mediaopvoeding van de kinderen. Deze ouder wist echter niets te zeggen over de vorm waarin ze instructies zou willen krijgen.

Voorgaande twee ouders waren niet de enige ouders die een oplossing zagen in extra voorlichting vanuit de overheid. Twee ouders zouden reclamespotjes op televisie een goede toevoeging vinden aan de bestaande Kijkwijzeradviezen. In de reclameblokken tussen kinderprogramma’s in, zou een spotje richting ouders goed werken, denkt één van de twee moeders. Op die manier krijgen veel ouders te weten wat de icoontjes allemaal betekenen, met name de ouders “die nieuw zijn in opvoedland”. Ook de andere moeder benoemde het grote bereik van landelijke reclamespots als voordeel, maar gaf niet specifiek aan op welk moment van de dag ze de reclamespotjes wenselijk zou vinden.

Ook zag een ouder een oplossing in een mediatraining voor ouders. Zij merkt namelijk dat er een grote generatiekloof is op het gebied van technologie, waardoor ze het wenselijk zou vinden om meer handigheid te krijgen in het gebruik van beeldschermapparaten. Ze is van mening dat kinderen van jongs af aan heel goed leren omgaan met beeldschermapparaten, onder andere op school, en dat ouders achterblijven in mediavaardigheden. Door middel van een online cursus, kunnen ouders beter omgaan met media en daardoor hun kinderen ook beter opvoeden op dit gebied.

Voorgaande oplossingen hebben allemaal betrekking op de informatievoorziening vanuit de overheid naar ouders toe. De ouders hebben blijkbaar behoefte aan meer informatie. Dit komt overeen met eerdere recente onderzoeken naar de ouderlijke behoefte aan opvoedinformatie (Sleeboom & Hermanns, 2014; Nikken & Markx, 2014; Nikken & De Haan, 2015). Het bleek dat mediaopvoeding het thema is waar ouders het meeste vragen over hebben (Sleeboom & Hermanns, 2014) en wensen meer informatie over hoe zij hun kinderen het best kunnen begeleiden bij hun mediagebruik (Nikken & De Haan, 2015). Ook de ouders uit dit onderzoek hebben tegenwoordig behoefte aan deze informatie.

De twee ouderkoppels uit het onderzoek noemden ook extra informatievoorziening als oplossing, maar dan naar kinderen toe. Beide koppels zijn van mening dat kinderen meer voorlichting moeten krijgen op het gebied van mediagebruik. Eén van de ouders uit een koppel, gaf duidelijk aan waar die voorlichting over zou moeten gaan: *“Ik denk dat Kijkwijzer eigenlijk wel iets kan doen, iets educatiefs, op scholen. Dus dat ze kinderen bekend maken met die symbolen. En ook de achterliggende redenen daarvan. En waarom ze soms moeten oppassen met bepaalde beelden bekijken.”* Zijn vrouw voegde daar later aan toe dat ze het er mee eens was, maar dat ze het breder zou trekken dan alleen films. Daarmee doelde ze op internetsites als *Youtube* en *Facebook*.

Er waren ook ouders die hun oplossing niet in de hoek van extra voorlichting zochten. Zo was er één moeder, die aan een nieuwe app voor de smartphone dacht. Die app zou je dan kunnen verbinden met al je beeldschermapparaten met een internetverbinding (dus ook smart-tv). Via de app kun je dan een melding ontvangen, als er op één van de beeldschermapparaten iets gekeken wordt met een bepaalde leeftijdsgrens. De leeftijdsgrens van de meldingen kun je zelf instellen, zodat het te gebruiken is voor ouders met kinderen van alle leeftijden. Later reflecteerde de moeder wel op haar eigen oplossing: *“Er moet toch een soort van vertrouwen ontstaan. Ik denk ook niet dat het heel tof is als je een kind hebt van veertien, en dat je dan moet zeggen: nou ik zie dat je dat en dat en dat allemaal gekeken hebt. Ja, dat voelt denk ik ook niet helemaal goed.”*

Een andere vernieuwing die in een gesprek aan bod kwam, heeft betrekking op de wisselwerking tussen Kijkwijzer en televisiefabrikanten. Een ouder zou het een goed idee vinden, dat de

inhoudsclassificaties van Kijkwijzer op de televisies zelf staan afgebeeld. Deze moeder ervaart namelijk dat haar kinderen vaak halverwege een programma of film inschakelen, waardoor zij de inhoudsclassificaties, die aan het begin van de uitzending in beeld verschijnen, vaak misloopt. Uiteindelijk denkt ze toch dat deze oplossing te ver gezocht is, omdat dat teveel gedoe is met al die televisieproducenten. Haar alternatief, dat volgens haar wat realistischer is, is het constant in beeld staan van de inhoudsclassificaties tijdens een uitzending. Op die manier kun je als ouder altijd even zien wat voor programma of film de kinderen aan het kijken zijn.

De laatste oplossing heeft niet zozeer betrekking op beeldschermmedia. Het is meer een verbreding naar andere media. Eén moeder vindt het namelijk niet kunnen dat sommige afbeeldingen op de voorpagina van een krant staan, terwijl die krant gewoon op de deurmat valt, vol in het zicht van de kinderen. Ze vindt het krom, dat ze op het journaal wel waarschuwen voor schokkende beelden, maar dat je bij de krant geen kans hebt om je kinderen voor beelden te beschermen. De moeder benadrukt overigens wel dat ze dit niet de verantwoordelijkheid vindt van Kijkwijzer, maar van de kranten zelf. Daarnaast vraagt deze ouder zich af of er ontwikkeling zit in de beoordelingen van Kijkwijzer: *“Dat zaken waarvan je vijf jaar geleden had gezegd: nou dat mogen ze echt niet zien, veel te agressief. En dat je nu zegt van: nou, ja, weet je, dat zien ze ook op andere dingen, zoals het nieuws, dus misschien valt het wel mee ofzo. Dat er dus verschuivingen plaatsvinden in de normering.”* Ze geeft hierbij wel aan dat het niet haar wens is dat er verschuivingen plaatsvinden, maar dat het puur een vraag is.

Al met al verschillen ouders dus erg van elkaar in hun beoogde oplossingen. Het feit dat ouders vinden dat Kijkwijzer vernieuwingen moet doorvoeren, is echter wel een gemeenschappelijke gedachte van de ouders uit dit onderzoek. In elf van de dertien gesprekken werden namelijk oplossingen genoemd, om Kijkwijzer efficiënter te maken voor de periode waarin kinderen nu opgroeien.

5 CONCLUSIE

Het doel van dit onderzoek was om een beeld te verkrijgen over hoe ouders denken over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content. In het theoretisch kader werd duidelijk dat er al veel onderzoek is gedaan naar verschillende vormen van mediaopvoeding en de attitudes van ouders ten opzichte van dit onderwerp. De afgelopen jaren hebben echter veel technologische en maatschappelijke veranderingen plaatsgevonden, waardoor de vraag werd opgeroepen hoe ouders hun kinderen tegenwoordig begeleiden bij het grote media-aanbod en hoe ouders tegenwoordig denken over classificatiesystemen als Kijkwijzer. Kijkwijzer bestaat sinds 2001 en wordt vandaag de dag, vijftien jaar later, nog steeds toegepast. Om een beeld te krijgen van de attitudes van de ouders ten opzichte van Kijkwijzer en om meer te weten over de manier waarop ouders tegenwoordig hun kinderen opvoeden, zijn dertien diepte-interviews afgenomen met ouders. In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de vooraf opgestelde onderzoeksvraag:

Hoe denken ouders over classificatiesystemen als Kijkwijzer voor het kunnen uitvoeren van de mediaopvoeding, in het licht van nieuwe mediatechnieken als user-generated content?

In dit hoofdstuk worden ten eerste in paragraaf 5.1 de belangrijkste bevindingen van dit onderzoek besproken. De bevindingen zullen aan de hand van de vooraf opgestelde deelvragen besproken worden, om een duidelijke structuur te handhaven. In de discussie, in paragraaf 5.2, wordt gekeken naar de betekenis van de resultaten voor onderzoekers en voor Kijkwijzer. Ten slotte worden de beperkingen van het onderzoek besproken in paragraaf 5.3. Ook worden in die paragraaf suggesties gegeven voor eventueel vervolgonderzoek.

5.1 ONDERZOEKSRESULTATEN

5.1.1 Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?

Uit de gevoerde gesprekken met de ouders, blijkt dat ouders vaak op één lijn zitten als het gaat om de mediaopvoeding thuis. De geïnterviewde ouders denken goed op de hoogte te zijn van wat hun kinderen kijken, als het gaat om het kijken via het medium televisie. Bij het gebruik van de laptop of iPad, vinden ouders het over het algemeen lastiger om een overzicht te houden van wat hun kinderen kijken. De ouders vinden het wel heel belangrijk om op de hoogte te zijn van wat de kinderen kijken,

vaak met als reden dat ze niet willen dat de kinderen iets kijken waar te veel geweld of seks in voorkomt. Ze vinden deze inhoud niet geschikt voor de leeftijd van hun kinderen. Het blijkt dat kinderen net zo graag bezig zijn met nieuwe media als traditionele media en hier eigenlijk niet echt meer verschil tussen maken.

Om het mediagedrag van de kinderen te kunnen controleren, stellen ouders regels. Deze gaan vooral over de tijdsduur van het mediagebruik, en niet over de inhoud van de media. De tijd dat de kinderen per dag een beeldschermmedium mogen gebruiken, verschilt erg per gezin. Ouders stellen deze tijdslimiet, omdat ze van mening zijn dat te veel mediagebruik een negatieve invloed kan hebben op kinderen. Ouders zijn zich dus goed bewust van het feit dat media negatieve effecten kunnen hebben op kinderen, wat in voorgaande onderzoeken door o.a. Anderson & Bushman (2001), Valkenburg (2008), Courage & Howe (2010) en Nikken (2013) vaak is bevestigd.

Ouders verbieden niet vaak media-inhouden voor hun kinderen. Hiervoor zijn twee belangrijke redenen. De eerste reden komt voort uit de kijkbehoeftes van de kinderen. Bijna de helft van de ouders geeft aan niets te hoeven verbieden, omdat de kinderen geen behoefte hebben om ongeschikte inhoud op te zoeken. De tweede reden heeft betrekking op het 'verboden vrucht effect'. Deze ouders kiezen daarom liever voor een vorm van active mediation dan restrictive mediation. Volgens Mendoza (2009) en Nikken (2012) is active mediation (mede hierdoor) de meest effectieve vorm van mediatie.

Een enkeling verbiedt wel media-inhouden, omdat ze sommige films of programma's te gewelddadig of te eng vinden. De ouders leggen wel aan de kinderen uit waarom ze sommige inhoud niet mogen zien, waardoor een overlap ontstaat tussen active mediation en restrictive mediation. Dit was ook het geval bij het onderzoek van Zaman et al. (2016). Veel ouders maken echter ook gebruik van enkel active mediation: Het merendeel van de ouders praat wel met de kinderen over wat ze kijken. De voornaamste drijfveer hiervoor, komt voort uit pedagogisch perspectief. Het gaat dan voornamelijk om opvoedkundige programma's op *NPO 3*. Ouders zien een deel van de programmering van *NPO 3* als hulp bij de opvoeding. Als het gaat om andere programma's of mediatechnieken, zoals UGC, gaan ouders het gesprek niet snel aan met de kinderen. In de discussie wordt verder ingegaan op de betekenis van dit resultaat.

Over het gebruik van Parental Control binnen de gezinnen is geen duidelijke lijn te trekken. Vier ouders maken er wel gebruik van, en net zoveel ouders maken er bewust geen gebruik van. De overige ouders begrijpen niet echt hoe het werkt of hebben geen idee of ze een vorm van Parental Control hebben ingesteld op hun apparaten.

Een trend die tijdens de interviews naar voren is gekomen, is de rol die ouders aan scholen toekennen met betrekking tot mediaopvoeding. Meerdere ouders laten duidelijk merken dat zij de school als 'mede-opvoeder' zien. Aangezien in het theoretisch kader niet expliciet is gekeken naar de rol van de school, maar ouders dit uit zichzelf opbrengen, is het interessant om in toekomstig onderzoek in te gaan op de rol van de school bij de mediaopvoeding.

5.1.2 Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?

Het overgrote gedeelte van de ouders heeft zich negatief uitgelaten over de veel te makkelijke toegankelijkheid van user-generated content. De beschikbaarheid van seksueel getinte filmpjes is hier de belangrijkste reden voor. Hoewel de meeste ouders negatief zijn ten opzichte van de toegankelijkheid van UGC, geeft een groot deel hiervan aan dat ze zich hier wel bij neerleggen. Ze vinden het logisch dat UGC zo toegankelijk is, gezien het vrije karakter van de tijd waarin we leven en gezien het enorme aanbod aan UGC.

De meeste ouders vinden het wenselijk dat er een classificatiesysteem als Kijkwijzer wordt ingevoerd op UGC-sites als *Youtube*. De vorm waarop dit systeem ingevoerd zou moeten worden, blijft echter voor veel ouders een groot vraagstuk. De ouders hadden daarentegen wel suggesties over de partij, die de verantwoordelijkheid zou moeten hebben bij het invoeren van een dergelijk classificatiesysteem. Sommige ouders leggen de verantwoordelijkheid bij de 'uploaders' van filmmateriaal, sommige ouders vinden ouders zelf verantwoordelijk om ervoor te zorgen dat de kinderen geen schadelijke UGC te zien krijgen en er was ook een ouder die het bedrijf *Youtube* verantwoordelijk vindt. Geen van de ouders vindt de organisatie achter de huidige Kijkwijzer verantwoordelijk. Concluderend blijkt dat het invoeren van een classificatiesysteem op UGC-sites als *Youtube* voor alle ouders uit dit onderzoek niet voor de hand liggend is.

5.1.3 In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?

Kijkwijzer klinkt de meerderheid van de ouders bekend in de oren, maar dit wil niet zeggen dat het ook door de meerderheid op regelmatige basis geraadpleegd wordt. Slechts vier ouders maken geregeld gebruik van de Kijkwijzer, om te bepalen of een film of programma geschikt is voor hun kinderen. Het grootste deel maakt er sporadisch gebruik van, bijvoorbeeld voor een uitstapje naar de bioscoop. Alle ouders geven aan Kijkwijzer wel een nuttig hulpmiddel voor ouders te vinden, ook al maken ze er niet allemaal gebruik van.

Leeftijdsclassificaties worden door alle ouders belangrijk gevonden. Dit wil niet zeggen dat elke leeftijdscategorie algemeen bekend is. Slechts één ouder wist namelijk de vijf leeftijdscategorieën (AL, 6, 9, 12, 16) op te noemen. Vrijwel alle ouders waren het eens met deze verdeling.

De inhoudsclassificaties van Kijkwijzer worden over het algemeen minder belangrijk gevonden. De ene helft van de ouders vindt het minder belangrijk dan leeftijdsclassificaties en de andere helft van de ouders hecht er net zoveel waarde aan en maakt er dan ook gebruik van. Het valt op dat ouders de inhoudsclassificaties vaak enkel aan films relateren, en niet aan televisieprogramma's. Ouders hebben wel veel moeite om de correcte betekenis toe te kennen aan de zes symbolen. Slechts één symbool is door alle ouders correct benoemd: geweld. Dit is ook de inhoudsclassificatie die ouders het belangrijkste vinden. Verder werden ook meerdere malen de symbolen voor angstaanjagendheid en seks bestempeld als belangrijk. Eén symbool werd door geen enkele ouder juist benoemd: discriminatie. Sommige ouders denken dat ze deze categorie belangrijker gaan vinden, naarmate hun kinderen ouder worden.

Naast Kijkwijzer, kijkt de helft van de ouders weleens filmtrailers, om meer te weten te komen over een film. Ook het uitwisselen van informatie met andere ouders en het intikken van de filmnaam op *Google* zijn manieren die meerdere ouders gebruiken om informatie in te winnen over de eventuele schadelijkheid van films en televisieprogramma's.

5.1.4 Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?

Bijna alle ouders vinden het concept Kijkwijzer nog wel relevant, maar vinden daarnaast ook dat de organisatie toe is aan vernieuwing. In elf gesprekken vonden de ouders dat Kijkwijzer veranderingen moet doorvoeren, om het systeem efficiënter te maken voor de periode waarin kinderen nu opgroeien. Slechts twee ouders zijn van mening dat Kijkwijzer geen veranderingen hoeft door te voeren, om optimaal te blijven functioneren.

De ruime helft van de ouders gaf aanbevelingen met betrekking tot extra voorlichting vanuit de overheid. Dit resultaat ligt in het verlengde van recente onderzoeken naar de ouderlijke behoefte aan informatie bij de opvoeding (Nikken & Markx, 2014; Sleeboom & Hermanns, 2014; Nikken & De Haan, 2015). Twee van de ouders die behoefte hebben aan extra voorlichting, wensen instructies over hoe je kinderen het beste tegen schokkende beelden kunt beschermen en informatie over de gevolgen van blootstelling aan schokkende beelden. Twee andere ouders zien graag landelijke reclamespotjes tussen kinderprogramma's door, zodat ouders te weten krijgen wat alle symbolen betekenen. De vijfde ouder, die meer informatievoorziening vanuit de overheid een goede vernieuwing zou vinden, wenst een mediatraining voor ouders, om de technologische generatiekloof tussen ouders en kinderen te verkleinen. De overige twee ouders denken ook dat de oplossing ligt in extra voorlichting vanuit de

overheid, maar dan naar kinderen toe, via het onderwijs. Deze ouders vinden dat kinderen op scholen beter moeten leren omgaan met media.

De resterende oplossingen zijn erg verschillend. Eén ouder denkt dat een applicatie, die ervoor zorgt dat de televisie(s), laptop(s) en iPad(s) verbonden zijn met de smartphone van ouders, ouders op de hoogte zou moeten stellen van de leeftijds- en inhoudsclassificaties van bekeken films of programma's. Een andere ouder wenst de inhoudsclassificaties op elk moment te kunnen zien, op het scherm of op de televisie zelf. Haar kinderen schakelen vaak halverwege een programma of film in, waardoor zij de vooraf in beeld gebrachte symbolen vaak mist. Een enkeling wist niet goed te benoemen welke veranderingen Kijkwijzer zou moeten ondergaan, om efficiënter te worden.

5.2 DISCUSSIE

Na in paragraaf 5.1 antwoord te hebben gegeven op de deelvragen en de onderzoeksvraag, wordt in deze paragraaf dieper ingegaan op de betekenis van deze conclusies. In paragraaf 5.2.1 wordt besproken wat dit onderzoek betekent voor de wetenschap en in paragraaf 5.2.2 wordt ingegaan op de betekenis van dit onderzoek voor Kijkwijzer.

5.2.1 De betekenis van dit onderzoek voor de wetenschap

Dit onderzoek draagt bij aan de bestaande verzameling aan onderzoek naar mediaopvoeding. Er is gekeken naar contextuele factoren die de manier van opvoeding binnen de geïnterviewde gezinnen bepalen. Dit onderzoek ligt op meerdere vlakken in het verlengde van voorgaand wetenschappelijk onderzoek met betrekking tot dit thema, maar laat ook zien dat er verschillen zijn. Gezien de schaal van dit onderzoek, kunnen geen generaliserende uitspraken gedaan worden. Desondanks ligt de kracht van dit onderzoek in het bieden van een aantal goede voorbeelden van de omgang van ouders met verschillende vormen van mediatie en hun attitude ten opzichte van Kijkwijzer. Hypotheses voor toekomstig onderzoek kunnen op basis hiervan gegenereerd worden, waardoor nieuwe onderzoeksrichtingen teweeg worden gebracht.

In dit onderzoek is een beeld geschetst van hoe kinderen tegenwoordig thuis met media omgaan en hoe ze daarbij begeleid worden door ouders. Het is ten eerste duidelijk geworden dat onderzoekers voor toekomstig onderzoek naar mediaopvoeding de verschillende vormen van mediaopvoeding in samenhang tot elkaar moeten behandelen en niet meer los van elkaar. Ouders doen bijvoorbeeld niet meer aan ofwel restriction mediation, ofwel active mediation, maar laten beide vormen overlappen.

Daarnaast zijn tijdens het onderzoek verschillende punten naar voren gekomen, waar op voorhand geen rekening mee was gehouden. Zo kennen ouders blijkbaar een grote rol toe aan scholen en aan de overheid, als het gaat om hulp bij de mediaopvoeding. Dit opent deuren voor nieuw onderzoek: Wat maakt dat ouders al snel de verantwoordelijkheid voor voorlichting en mediaopvoeding bij de overheid neerleggen in (door ouders gesuggereerde) vormen van spotjes op televisie (Postbus 51) of voorlichting van de overheid via het onderwijs rechtstreeks aan kinderen? Is mediaopvoeding wel een verantwoordelijkheid van de overheid, en zo ja, hoe zou de overheid dan het best deze rol op kunnen pakken?

Ook opent dit onderzoek deuren voor onderzoek naar de attitude van ouders ten opzichte van specifieke programma's, films of zelfs zenders. Zo bleek dat *Nickelodeon* een gemeenschappelijke ergernis was van veel ouders, zonder dat deze naam door de onderzoeker genoemd werd. Dit onderzoek creëert de behoefte om een grootschalig onderzoek op te zetten over hoe ouders denken over de zender *Nickelodeon*, de filmreeks *Harry Potter* en het programma *Brugklas*. Wat zorgt ervoor dat ouders zoveel moeite hebben met deze content? En wat is de daadwerkelijke effect van deze genoemde content op kinderen?

Daarnaast zorgen de uitkomsten van dit onderzoek voor een behoefte aan een belichting vanuit psychologisch perspectief. Uit het onderzoek komt naar voren dat ouders slechts zeer zelden het gesprek aangaan met hun kinderen over het nieuwe media-aanbod (UGC), vooral als het gaat om gewelddadige en seksueel getinte filmpjes. Interessant zou zijn, om vanuit een psychologische benadering te onderzoeken waarom ouders deze drempel ervaren. Wat maakt dat ouders dit gesprek niet aangaan met hun kinderen en er liever met een boog omheen lopen? Om adequate voorlichtingsprogramma's over mediaopvoeding te kunnen maken, is het van belang om onderzoek te doen vanuit de psychologie naar de onderliggende motieven en drempels van ouders om de gesprekken, die in opvoedkundige zin essentieel zijn, niet aan te gaan met kinderen. Daarnaast is deze kennis over de redenen van dit gedrag van ouders van belang in de eventuele rol van de overheid in het opstellen van voorlichtingsprogramma's over mediaopvoeding.

Ook creëert dit onderzoek de behoefte om vanuit mediawetenschappelijk perspectief onderzoek te doen naar het huidige medialandschap. In dit onderzoek is naar voren gekomen dat kinderen geen verschil meer maken tussen traditionele media en nieuwe technologieën als UGC. Voor hen is het kijken van *Youtube*-filmpjes een vorm van 'televisie' kijken geworden. UGC zou tegenwoordig als vorm van film en televisie kunnen worden beschouwd. Dit vormt een uitbreiding op meer traditionele opvattingen over film en televisie, die Kijkwijzer nu nog hanteert. Er lijkt dus een

verschuiving plaats te vinden in hoeverre welke content als een programma beschouwd kan worden; dit onderzoek heeft daarmee middels het classificatiesysteem Kijkwijzer, een relatie gelegd tussen meer traditionele en nieuwe media. Hierdoor wordt een belangrijke vraag opgeroepen voor de mediastudies: Wat kan tegenwoordig nog beschouwd worden als televisie? Is het alleen televisie wanneer de content daadwerkelijk op televisie uitgezonden wordt, of heeft het begrip televisie een geheel nieuwe context gekregen? Kinderen lijken geen verschil meer te maken tussen traditionele en nieuwe media, maar Kijkwijzer nog wel, aangezien deze organisatie UGC niet classificeert. Dit mediawetenschappelijke onderzoeksperspectief wordt des te relevanter, aangezien het er op lijkt dat het verschil tussen computer en televisie binnen afzienbare tijd verdwijnt. Content wordt tegenwoordig gestreamd via de computer en wordt op het grote televisiescherm gekeken. In het volgende deel van de discussie wordt ingegaan op de betekenis van dit onderzoek voor de organisatie Kijkwijzer en hoe Kijkwijzer op de veranderingen zou kunnen inspelen.

5.2.2 De betekenis van dit onderzoek voor Kijkwijzer

Wat betreft de toekomst van Kijkwijzer, kunnen in mijn optiek op basis van dit onderzoek enkele conclusies getrokken worden. Het blijkt dat de meeste ouders het belangrijk vinden om te weten wat de kinderen kijken, vooral met het oog op het zien van gewelddadige en seksuele beelden. Ondanks het feit dat ouders het belangrijk vinden dat de kinderen niet in aanraking komen met deze schadelijke beelden, komt uit het onderzoek naar voren dat ouders niet veel over gewelddadige en seksueel getinte media-inhoud praten met de kinderen. Een gebrek aan kennis is hier een logische verklaring voor. Wat uit het onderzoek namelijk gedestilleerd kan worden, is dat ouders het gesprek niet aangaan, omdat zij niet weten hoe dat moet. Ouders praten voornamelijk met de kinderen over media-inhoud als het gaat over opvoedkundige thema's die in bepaalde programma's aan het licht komen, zoals in veel *Zapp*-programma's. Uit het onderzoek blijkt dat het voor ouders makkelijker is om hier over door te praten, omdat opvoedkundige onderwerpen dan al voor de ouders worden aangesneden. De gesprekken gaan niet over waarom kinderen bepaalde films of programma's willen zien, waarom ze aangetrokken worden tot het kijken van UGC, wat er gebeurt in hoofden van kinderen en wat er gebeurt in de verschillende ontwikkelingsfasen van kinderen. Het lijkt er op dat ouders niet weten hoe ze dit soort gesprekken aan moeten gaan.

Daarnaast is het een gegeven dat de ontwikkelingen op het gebied van media-aanbod zoals geschetst in dit onderzoek niet meer terug te draaien zijn. Vooralsnog blijkt uit het onderzoek dat Kijkwijzer voor films nog afdoende informatief is, maar voor UGC geen oplossing heeft. De maatschappij, de technologie en het media-aanbod zullen zich ook in de toekomst blijven ontwikkelen, waardoor de

problemen die ouders tegenkomen op het gebied van mediaopvoeding waarschijnlijk groter en groter zullen worden en ouders een nieuw houvast nodig hebben in deze tsunami van media-aanbod.

Gezien deze twee factoren, de behoefte van ouders aan handvatten om het gesprek aan te gaan en de behoefte van ouders aan een nieuw houvast in media-opvoeding, zie ik degelijk mogelijkheden voor Kijkwijzer om hier in de toekomst op in te spelen. Kijkwijzer zou dit enorme gat kunnen vullen, door een meer voorlichtende rol te pakken. Te denken valt aan voorlichting over de consequenties die schadelijke beelden kunnen hebben op kinderen, over de werking van Parental Control, over waarom kinderen graag naar UGC kijken, over hoe schadelijk beelden daadwerkelijk kunnen zijn en over de manier waarop ze gesprekken hierover aan kunnen gaan met de kinderen. Er zijn tal van mogelijkheden om deze voorlichting vorm te geven, zoals reclamespotjes, een voorlichtings-app en/of de samenwerking zoeken met basis- en middelbaar onderwijs. Enkel informatie over de leeftijds- en inhoudsclassificaties lijkt niet meer genoeg te zijn om ouders te helpen bij de opvoeding. Tijden veranderen, waardoor hulpmiddelen als Kijkwijzer mee moeten veranderen en een andere aanpak moeten kiezen.

Het zou interessant zijn om verder onderzoek te doen naar het functioneren van Kijkwijzer in de maatschappij, om op basis daarvan een concreet adviesrapport op te kunnen stellen voor het NICAM.

5.3 BEPERKINGEN EN VERVOLGONDERZOEK

Achteraf kan gesteld worden dat dit onderzoek meerdere beperkingen kent. De eerste beperking ligt in de selectie van de participanten. Ouders zijn voornamelijk via email bereikt en zij konden zelf reageren, indien zij geïnteresseerd waren om mee te werken. Dit heeft er waarschijnlijk toe geleid dat enkel de ouders die dit onderwerp erg interessant vinden en dus mediaopvoeding een belangrijk thema vinden, op de oproep gereageerd hebben. Dit kan een verklaring zijn voor bepaalde trends, zoals de bevinding dat bijna alle geïnterviewde ouders het belangrijk vindt om te weten wat hun kinderen kijken of het feit dat alle ouders aangaven min of meer bekend te zijn met de Kijkwijzer. Het is aannemelijk dat andere ouders, die minder geïnteresseerd zijn in mediaopvoeding en zich niet hebben opgegeven om mee te werken aan dit onderzoek, zich minder bezig houden met het mediagedrag van de kinderen. Daardoor zijn de gevonden trends wellicht niet representatief voor de Nederlandse samenleving.

Vervolgonderzoek zou via een andere weg participanten moeten verzamelen, om de representativiteit te verhogen. Hierbij kan gedacht worden aan het direct aanspreken van ouders op het schoolplein, omdat ouders dan waarschijnlijk meer moeite hebben met het afwijzen van het voorstel.

Ook de tweede beperking ligt in de participantenselectie. De participanten zijn namelijk via twee scholen benaderd: *Jenaplanschool* in Wittevrouwen en *De Fakkel* in Tuinwijk. Beide wijken zijn vrij 'nette', correcte en blanke wijken in Utrecht, in tegenstelling tot de wijken Kanaleneiland en Overvecht. Uit de *Wijkwijzer* van de Gemeente Utrecht blijkt bijvoorbeeld dat Kanaleneiland en Overvecht de twee wijken in Utrecht zijn, die het meeste te maken hebben met inbraak, geweld en jongerenoverlast (Gemeente Utrecht, 2015). Daarnaast blijkt ook dat inwoners uit Kanaleneiland en Overvecht hun wijken het laagste waarderingcijfer geven: 5.6. De inwoners uit Wittevrouwen geven een veel hoger cijfer voor de waardering van hun wijk, namelijk een 7.9 (Gemeente Utrecht, 2015). Het is aannemelijk dat de woonwijk van de participanten invloed kan hebben op hun attitudes ten opzichte van bepaalde thema's. Vervolgonderzoek zou meer aandacht moeten vestigen op de locatie van de scholen, waar de participanten worden verzameld.

De grootte van het onderzoek is de derde beperking. Dit onderzoek bestond uit dertien gesprekken, met in totaal vijftien ouders. Bepaalde trends kunnen hierdoor aan het licht worden gebracht, maar er kan niets gezegd worden over de algehele Nederlandse samenstelling (Baarda et al., 2005). Bovendien is één moeder uit het onderzoek van Turkse afkomst, in tegenstelling tot de veertien overige autochtone ouders. Bij sommige attitudes en opvattingen wijkt de Turkse moeder af van de meerderheid van de participanten. Zo pakt zij zonder waarschuwing de iPad van de kinderen af, in plaats van een gesprek aan te gaan met de kinderen, zoals de meerderheid van de ouders uit het onderzoek doet. Aangezien er in dit onderzoek sprake is van slechts één Turks gezin, is hier in de resultaten niets over gezegd. De verschillen kunnen namelijk net zo goed te wijten zijn aan toeval. Wel kan het interessant zijn om in vervolgonderzoek een verschil te maken in culturele achtergronden bij de selectie van de participanten. Dit kan leiden tot nieuwe inzichten in de verschillende denkwijzen tussen diverse culturen, met betrekking tot het thema mediaopvoeding.

Een volgende beperking ligt in de oncontroleerbaarheid van de inter-interviewer-betrouwbaarheid (Baarda et al., 2005). De interviews zijn door één interviewer afgenomen en geanalyseerd. Hierdoor kan het zijn dat er een bepaalde bias is ontstaan, doordat de interviewer bepaalde vooroordelen heeft, de participant kan sturen en de antwoorden van participanten moet interpreteren (Baarda et al., 2005). Het gebrek aan vergelijkingsmateriaal kan ervoor zorgen dat eventuele verschillen in interpretatie van de gesprekken achterwege blijven. In vervolgonderzoek is het daarom wenselijk om de gesprekken door meerdere onderzoekers te laten analyseren, om de inter-interviewer-betrouwbaarheid te waarborgen. Ook kan er sprake zijn van een bias bij de participanten, doordat zij zich wellicht beter willen voordoen dan ze in werkelijkheid zijn of door het geven van sociaal

wenselijke antwoorden. Hier is wel geprobeerd zoveel mogelijk rekening mee te houden, door de vragenlijst zo min mogelijk sturend te laten zijn.

6 BIBLIOGRAFIE

- Aben, F., & Vooijs, M. (1993). Opvattingen van jongeren en hun ouders over de Nederlandse Filmkeuring. *Jeugd en samenleving*, 23, 5, 227-237.
- Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and pro-social behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 12, 353-359. doi: 10.1111/1467-9280.00366
- Baarda, D. B., de Goede, M. P. M., & Teunissen, J. (2005). *Basisboek Kwalitatief Onderzoek: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters Noordhoff bv.
- Boeije, H. (2012). *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Amsterdam: Boom Lemma.
- Brummelhuis, A. ten (2011). *Misvattingen over jeugd en nieuwe media*. Utrecht: Expertisecentrum Ontwikkeling, Opvang en Onderwijs voor 0-12 jarigen (EC O3). Geraadpleegd op <http://www.nji.nl/nl/Van-wetenschap-voor-praktijk-essaybundel-2011-ECO3.pdf>
- BTIGResearch. (2015, 27 juli). *Youtube's Susan Wojcicki VidCon 2015 Keynote* [Video file]. Geraadpleegd op <https://www.Youtube.com/watch?v=hwx5maDBYHE>
- Cantor, J. (1998). Children's attraction to violent television programming. In: J. H. Goldstein, *Why we watch; the attractions of violent entertainment*, New York, Oxford University Press, 88-115.
- Cha, M., Kwak, H., Rodriguez, P., Ahn, Y., & Moon, S. (2007). I tube, you tube, everybody tubes: Analyzing the world's largest user generated content video system. In: *IMC' 07: Proceedings of the 7th ACM SIGCOMM Conference of Internet Measurement*, 1-14. doi: 10.1145/1298306.1298309
- Christenson, P. (1992). The effects of parental advisory labels on adolescent music preferences. *Journal of Communication*, 42 (1), 106-113. doi: 10.1111/j.1460-2466.1992.tb00772.x
- Courage, L. M., & Howe, L. M. (2010). To watch or not to watch: Infants and toddlers in a brave new electronic World. *Developmental Review*, 30, 101-115. doi: 10.1016/j.dr.2010.03.002
- Cunningham, S. & Silver, J. (2013) *Screen Distribution and the New King Kongs of the Online World*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9781137326454
- Dibbets, K., & Van der Maden, F. (1986). *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*. Weesp: Wereldvenster.

- Duimel, M. & de Haan, J. (2007). *Nieuwe links in het gezin. De digitale leefwereld van tieners en de rol van hun ouders*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau. Geraadpleegd op www.scp.nl/dsresource?objectid=19477&type=org
- Evers, J. (2007). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Den Haag: Boom
- Gilbert, N. (2008). *Researching social life* (3e druk). London: SAGE Publications Ltd.
- Gosselt, J., De Jong, M., & Van Hoof, J. (2012). Effects of Media Ratings on Children and Adolescents: A Litmus Test of the Forbidden Fruit Effect. *Journal of Communication*, 62 (6), 1084-1101. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01597.x
- Hicks, D. (1968). Effects of co-observer's sanctions and adult presence on imitative aggression. *Child Development*, 39 (1), 303-309. doi: 10.2307/1127381
- Hill, C. W. L. (2007). Digital piracy: Causes, consequences, and strategic responses. *Asia Pacific Journal of Management*, 24, 1, 9-25. doi: 10.1007/s10490-006-9025-0
- Kijkwijzer: organisatie [het ontstaan van Kijkwijzer]. (n.d.). Geraadpleegd op <http://www.kijkwijzer.nl/organisatie>
- Kijkwijzer uitgelegd. (n.d.) Geraadpleegd op <http://www.kijkwijzer.nl/kijkwijzer>
- 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
- Mares, M., & Woodard, E. (2005). Positive Effects of Television on Children's Social Interactions: A Meta-Analysis. *Media Psychology*, 7 (3), 301-322. doi: 10.1207/S1532785XMEP0703_4
- Mendoza, K. (2009). Surveying Parental Mediation: Connections, Challenges and Questions for Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 1, 28-41. Geraadpleegd op <http://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=jmle>
- Messaris, P., & Kerr, D. (1984). TV-related mother-child interaction and children's perceptions of TV characters. *Journalism Quarterly*, 61, 662-666. doi: 10.1177/107769908406100327
- Montgomery, K. C. (2000). Children's Media Culture in the New Millennium: Mapping the Digital Landscape. *The Future of Children*, 10 (2), 145-167. doi: 10.2307/1602693
- Nathanson, A. (1999). Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children's aggression. *Communication Research*, 26, 124-164. doi: 10.1177/009365099026002002

- Nikken, P. (2002). Tien jaar Nederlandse kindertelevisie: Het aanbod van publieke en commerciële zenders voor kinderen van 12 jaar en jonger. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 30, 18-36.
- Nikken, P. (2007). *Kinderen en mediageweld*. Amsterdam: SWP.
- Nikken, P. (2013). *Media-risico's voor kinderen. Een verkenning*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd op <http://www.nji.nl/nl/Media-risicos-voor-kinderen.pdf>
- Nikken, P., & Addink, A. (2011). *Opvoedondersteuning bij mediaopvoeding*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd op http://www.nji.nl/nl/opvoedondersteuning_bij_mediaopvoeding.pdf
- Nikken, P., Bontje, D. Abell, O. & Verweij, S. (2013). *Speel Digiwijs! Samen aan de slag met media voor jonge kinderen*. Tilburg: Zwijzen.
- Nikken, P., & de Haan, J. (2015). Guiding young children's internet use at home: Problems that parents experience in their parental mediation and the need for parenting support. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 9 (1), 3. doi: 10.5817/CP2015-1-3
- Nikken, P., & Jansz, J. (2006). Parental mediation of children's videogame playing: A comparison of the reports by parents and children. *Learning, Media and Technology*, 31, 181-202. Geraadpleegd op <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Conference%202011/Nikken.pdf>
- Nikken, P., & Markx, I. (2014). *Opvoeden met media. Een verkennend onderzoek naar 'lastige' opvoedsituaties en het gebruik van opvoedingsondersteuning bij ouders met kinderen tot en met 12 jaar*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd op <http://www.nji.nl/nl/Opvoeden-met-media.pdf>
- Oberholzer-Gee, F., & Strumpf, K. (2010). File Sharing and Copyright. *Innovation Policy and the Economy*, 10, 19-55. Geraadpleegd op <http://www.nber.org/chapters/c11764.pdf>
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*. doi: 10.1542/peds.2011-0054
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). A call for qualitative power analyses: Considerations in qualitative research. *Quality & Quantity: International Journal of Methodology*, 41 (1), 105-121. doi: 10.1007/s11135-005-1098-1
- Oosterveer, D. (2015, 15 juni). Het gebruik van online video in Nederland: de cijfers [Blog post]. Geraadpleegd op <http://www.marketingfacts.nl/berichten/het-gebruik-van-online-video-in-nederland-de-cijfers>

- Over Brein [informatie over stichting Brein]. (n.d.). Geraadpleegd op <http://www.anti-piracy.nl/wat-is-brein.php>
- Paik, H., & Comstock, G. (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. *Communication Research*, 21 (4), 516-546. doi: 10.1177/009365094021004004
- Qu, S., & Dumay, J. (2011). The qualitative research interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8 (3), 238 - 264. doi: 10.1108/11766091111162070
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2011). *Methoden en technieken van onderzoek* (5e druk). Amsterdam: Pearson Education.
- Scarface trivia [Feiten over Scarface]. (n.d.). Geraadpleegd op http://www.imdb.com/title/tt0086250/trivia?ref_=tt_trv_trv
- Schiphof, T. (2004). De slager keurt zelf het vlees. Hoe objectief is de Kijkwijzer? *Boekman* 60, 53-58.
- Sleeboom, I. & Hermanns, J. (2014). *Behoeftte aan opvoedingsondersteuning en de rol van internet daarin: ouders van pubers en jongvolwassenen aan het woord*. Woerden: H & S Consult.
- Smith, M. D., & Telang, R. (2010). Piracy or Promotion? The impact of broadband Internet penetration on DVD sales. *Information Economics and Policy, Special Issue on the Economics of Digital Piracy*, 21, 289-298.
- Sneegas, J., & Plank, T. (1998). Gender differences in pre-adolescent reactance to age categorized television advisory labels. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (4), 423-434. doi: 10.1080/08838159809364460
- Sonck, N., Nikken, P., & de Haan, J. (2013). Determinants of Internet Mediation:, *Journal of Children and Media*, 7, 1, 96-113. doi: 10.1080/17482798.2012.739806
- Stichting Kijkonderzoek. (2015). *TV in Nederland 2014*. Geraadpleegd op https://kijkonderzoek.nl/images/TV_in_Nederland/150126_SKOTV_IN_NEDERLAND_2014.pdf
- Stichting Mijn Kind Online. (2015). *Monitor Jeugd en Media 2015*. Geraadpleegd op http://mijnkindonline.nl/sites/default/files/uploads/Kennisnet_Monitor_Jeugd_en_media_2015.pdf
- Turpijn, L., Kneefel, S., & Van der Veer, N. (2015) Nationale Social Media Onderzoek 2015. Geraadpleegd op http://www.c-works.be/cw1/sites/default/files/Newcom%20-%20Nationale%20Social%20Media%20Onderzoek%202015_2.pdf
- Valkenburg, P. (2008). *Beeldschermkinderen; Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.

- Valkenburg, P. M., Krcmar, M., Peeters, A., & Marseille, N. M. (1999). Developing a scale to assess three styles of television mediation: "restrictive mediation," "instructive mediation," and "social coviewing." *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43, 52-66. Geraadpleegd op http://www.ccam-ascor.nl/images/stories/publications/Journal_PDF_ENG/1999_valk_krcmar_peeters_mars_telmediation_jobem.pdf
- Valkenburg, P. M., & van der Voort, T. H. A. (1995). The influence of television on children's daydreaming styles: A 1-year panel study. *Communication Research*, 22 (3), 267-287. Geraadpleegd op http://www.ccam-ascor.nl/images/stories/publications/Journal_PDF_ENG/1995_valkvandervdaydreamingcomres.pdf
- Wartella, E., Rickert, R. A., & Robb, M. B. (2010). Babies, television and videos: How did we get here? *Developmental Review*, 30, 116-127. doi: 10.1016/j.dr.2010.03
- Wester, F., Renckstorf, K. & Schepers, P. (2006). *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Wood, W., Wong, F., & Chachere, J. (1991). Effects of media violence on viewers' aggression in unconstrained social interaction. *Psychological Bulletin*, 109 (3), 371-383. doi: 10.1037/0033-2909.109.3.371
- Yar, M. (2005). The global "epidemic" of movie "piracy": Crime-wave or social construction? *Media, Culture and Society*, 27(5), 677-696. doi: 10.1177/0163443705055723
- Youtube statistieken [overzicht van het gebruik van Youtube]. (2015) Geraadpleegd op <https://www.Youtube.com/yt/press/nl/statistics.html>
- Zaman, B., Nouwen, M., Vanattenhoven, J., Ferrerre, E. de, Van Looy, J. (2016). A Qualitative Inquiry into the Contextualized Parental Mediation Practices of Young Children's Digital Media Use at Home, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60 (1), 1-22. doi: 10.1080/08838151.2015.1127240

7 BIJLAGE: TOPICLIJST

Achtergrondinformatie

- Leeftijd
- Opleidingsniveau
- Aantal kinderen (+ leeftijd kinderen)
- Woonsituatie

DV 1: Hoe gaan ouders om met het gebruik van media door hun kinderen thuis?

- Welke beeldschermapparaten heeft u thuis (computers, televisies, tablets, etc.)? En hoe zijn deze media verdeeld over de kinderen? Hebben kinderen hun eigen media (computer, iPad, televisie bijvoorbeeld)?
- Weet u welke films en programma's door uw kinderen gekeken worden?
 - Zo ja: Hoe weet u dat? Waarom vindt u dat belangrijk?
 - Zo niet: Waarom niet? Zou u dit wel willen weten? Wat denkt u te wel te weten over het kijkgedrag van uw kinderen?
- Hoe worden films en programma's thuis gekeken?
 - Samen/alleen? (Gepland als familieactiviteit/ toevallig/ anders?)
 - Via welk medium (televisie/laptop/tablet?)
 - Via welke kanalen? (Officiële? Illegale?)
 - Wanneer? (Overdag/ 's avonds/ in het weekend?)
- Heeft u een overzicht van wat voor beelden in films en programma's kunnen zitten? Bent u ervan op de hoogte als er bijvoorbeeld een film uitkomt met een hoog seks- of geweldsgehalte?
 - Zo ja: Hoe houdt u dit overzicht? Waarom vindt u het belangrijk om dit overzicht te hebben?
 - Zo niet: Waarom niet?
- Praat u met uw kinderen over de films en programma's die zij kijken?
 - Zo ja: Waarom?
 - Zo niet: Waarom niet?
- Verbiedt u sommige films of programma's voor uw kinderen?
 - Zo ja: Waarom? Hoe doet u dat? Hoe weet u dat deze films niet alsnog worden bekeken door de kinderen? Legt u uit aan uw kinderen waarom deze films door u worden verboden/afgeraden?
 - Zo niet: Waarom niet?

- Hanteert u andere regels?
 - Waarom wel/niet?
 - Welke regels?
- MEERDERE KINDEREN/MEERDERE OUDERS: VERSCHILLEN DAARTUSSEN?

DV 2: Hoe denken ouders over de toegankelijkheid van user-generated film-content?

- Wat vindt u ervan dat sites als *Youtube* en *Dumpert* volledig toegankelijk zijn voor uw kinderen?
 - Vindt u dat er ook een classificatiesysteem als Kijkwijzer toegepast zou moeten worden op deze sites?
 - In welke vorm? Waarom? Wie moet dit doen?
 - Waarom niet?

DV 3: In hoeverre maken ouders gebruik van Kijkwijzer en andere informatiebronnen om goed om te kunnen gaan met de mogelijke schadelijkheid van het film- en televisieaanbod?

- Bent u bekend met de Kijkwijzer?
 - Zo ja: Maakt u er gebruik van? Waarom?
 - Zo nee: Hoe kan dat? (Daarna uitleggen wat het is)
- Gebruikt u leeftijdsadviezen?
 - Waarom vindt u leeftijdsadviezen (niet) belangrijk/relevant?
- Zijn de huidige leeftijdsclassificaties (6, 9, 12, 16) voldoende?
 - Waarom?
 - Waarom niet? Welke missen nog?
- Gebruikt u inhoudsadviezen?
 - Waarom vind u inhoudsadviezen (niet) belangrijk/relevant?



- Zijn de huidige inhoudsadviezen voldoende?
 - Waarom?
 - Waarom niet? Welke missen nog?
 - Wat is het belangrijkste inhoudsadvies voor u? Waarom?

- Gebruikt u andere informatie om meer te weten te komen over de schadelijkheid van een film?
 - Zo ja, wat? Verhalen van vrienden/familie? Recensies? Trailers? Synopsissen?
 - Waarom?

DV 4: Hoe denken ouders over de huidige relevantie van Kijkwijzer?

- Vindt u de Kijkwijzer tegenwoordig nog relevant?
 - Zo ja, waarom?
 - Zo niet, waarom niet? Wat moet er veranderen?