

Wetenschappelijke Raad Nationaal Media Paspoort

Monitor Nationaal Media Paspoort

2016

December 2016

Voor meer informatie over dit project kunt u contact opnemen met:

Esther Rozendaal – Radboud Universiteit | [E e.rozendaal@maw.ru.nl](mailto:E.e.rozendaal@maw.ru.nl)

Samenvatting

Door middel van een online vragenlijst onder 519 kinderen in groep 5 tot en met 8 (8 tot 12 jaar) van het basisonderwijs is de kennis, houding en het gedrag van kinderen in kaart gebracht met betrekking tot onderwerpen die centraal staan binnen de zeven hoofdthema's van het Nationaal Media Paspoort.

Weet wat je ziet – De meeste kinderen kunnen reclame op sociale media herkennen en begrijpen dat het doel ervan is om te zorgen dat mensen de spullen in de reclame gaan kopen. Veel kinderen denken dat de producten in de reclame (in dit geval een McDonalds hamburger) er niet zo uit zien als in het echt en vermoeden dat de maker van de reclame iets gedaan heeft om het product er mooier uit te laten zien. Kinderen in groep 5 hebben dit minder goed door dan de oudere kinderen. Ook kunnen veel kinderen, met name in groep 5, nog niet goed uitleggen wát de makers dan precies gedaan hebben om de reclame mooier te maken.

Bewaak je identiteit - Oudere kinderen hebben vaker een online profiel dan jongere kinderen. Van de kinderen in groep 5 had ongeveer een derde een profiel, terwijl in groep 8 bijna alle kinderen een online profiel hadden. De oudere kinderen keken ook vaker op sociale media, gebruikten vaker WhatsApp, en deelden vaker berichtjes en foto's online dan jongere kinderen. De meeste kinderen krijgen (bijna) nooit negatieve reacties op wat ze online delen. Ook geven de meeste kinderen aan goed na te denken over wat ze wel en niet online zetten.

Wat je geeft krijg je terug – Online pesten komt minder vaak voor dan offline pesten: 33% van de kinderen geeft aan dat ze nooit offline gepest worden, tegenover 85% die nooit online gepest wordt. Verder zegt 52% dat zij offline nooit pesten, tegenover 92% dat online nooit pest. Daarnaast geven de meeste kinderen aan gelukkig te zijn.

Houd de klok in de gaten – De meest favoriete dagelijkse media-activiteit van de kinderen is televisiekijken, gevolgd door spelletjes spelen op een computer, online filmpjes kijken en het lezen van boeken. Minst favoriete dagelijkse media-activiteit is de krant lezen en digitale verhalen lezen of luisteren. Minder dan de helft van de kinderen geeft aan zeker te weten dat ze goed in de gaten kunnen houden dat ze niet te lang internetten, televisiekijken of gamen.

Maak goede keuzes – Wat informatievaardigheden (zoeken, verwerken, en bewerken van informatie op het internet) betreft scoren de kinderen niet heel slecht, maar ook niet erg goed. De oudere kinderen zijn er wel iets beter in dan de jongere kinderen.

Bescherm je privacy – De kinderen gaan over het algemeen goed om met hun privacy op het internet. De minderheid heeft een online profiel dat volgens hen te zien is voor onbekenden, en slechts een enkeling heeft hierop contactinformatie staan.

Zorg voor je eigen veiligheid – De kinderen bleken zich relatief goed bewust te zijn van de risico's op het internet (met name gericht op het ontmoeten van vreemden online) en gaven ook aan zich weinig in situaties te begeven waarin ze vreemden zouden kunnen leren kennen.

Inleiding

In januari en februari 2016 voerde de Wetenschappelijke Raad van het Nationaal Media Paspoort een onderzoek uit naar de zeven hoofdthema's die centraal staan in het lesprogramma: Weet wat je ziet, Bewaak je identiteit, Wat je geeft krijg je terug, Houd de klok in de gaten, Maak goede keuzes, Bescherm je privacy en Zorg voor je eigen veiligheid. Het doel van het onderzoek was om de kennis, de houding en het gedrag van kinderen met betrekking tot bepaalde onderwerpen binnen deze thema's in kaart te brengen. Het onderzoek is uitgevoerd op tien basisscholen in West- en Midden-Brabant. In het totaal vulden 519 kinderen uit groep 5 (n=131), groep 6 (n=149), groep 7 (n=127) en groep 8 (n=112) de online vragenlijst volledig in. Vrijwel evenveel jongens als meisjes hebben meegedaan. In dit rapport delen we de resultaten van de vragenlijst die kinderen hebben ingevuld vóórdat ze aan de lessen van het Nationaal Media Paspoort begonnen. Op basis van dit rapport kunnen daarom geen uitspraken gedaan worden over de effectiviteit van de doorlopende leerlijn.

Via de scholen is ook aan de ouders van de deelnemende kinderen gevraagd mee te doen aan het onderzoek. Ouders konden via een link een digitale vragenlijst invullen, op een tijdstip dat hen goed uitkwam. Ouders zijn gevraagd de vragenlijst in te vullen voor het jongste kind indien zij meerdere kinderen hebben in groep 5 tot en met 8. Ruim driekwart van de 164 deelnemende ouders valt in de leeftijdscategorie 36 tot en met 45 jaar. Eenentwintig procent van de ouders valt in de leeftijdscategorie 46 of hoger, en de leeftijdscategorie 26 tot en met 35 jaar bevat de minste ouders (1,2%). De helft van de ouders heeft een hoge opleiding (HBO/WO-bachelor, WO doctoraal/master) afgerond. Ongeveer 43% heeft een gemiddelde opleiding (MBO, HAVO/VWO/WO-propedeuse) afgerond, en 7% heeft een lagere opleiding (LBO/VBO, MAVO/VMBO/MULO/ULO) afgerond of geen enkel diploma behaald. Ongeveer evenveel ouders van jongens (51%) en meisjes (49%) hebben meegedaan.

De volgende leden van de Wetenschappelijke Raad hebben meegewerkt aan dit project:

Dr. Esther Rozendaal (coördinator) - *Universitair docent Communicatiewetenschap aan de Radboud Universiteit*

Dr. Natascha Notten - *Universitair docent Sociologie aan de Radboud Universiteit*

Dr. Dian de Vries - *Universitair docent Jeugd en Gezin aan de Universiteit Utrecht*

Dr. Sindy Sumter - *Universitair docent Youth & Media Entertainment aan de Universiteit van Amsterdam*

Dr. Anouk den Hamer – *Business developer bij Noldus Information Technology (voorheen onderzoeker Communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit)*

Drs. Janneke Schilder – *Junior adviseur bij Sardes (voorheen onderzoeker Ontwikkelingspsychologie aan de Universiteit van Tilburg)*

Prof. dr. Verolien Cauberghe - *Universitair docent Communicatiemanagement aan de Universiteit Gent*

Dr. Liselot Hudders - *Universitair docent Marketing aan de Universiteit Gent*

1. Weet wat je ziet: Reclame

Bij het thema *Weet wat je ziet* gaat het over wat waar en wat niet waar is in de media. Het gaat ook over het herkennen van verschillende media-uitingen en het begrijpen van het doel van die uitingen.

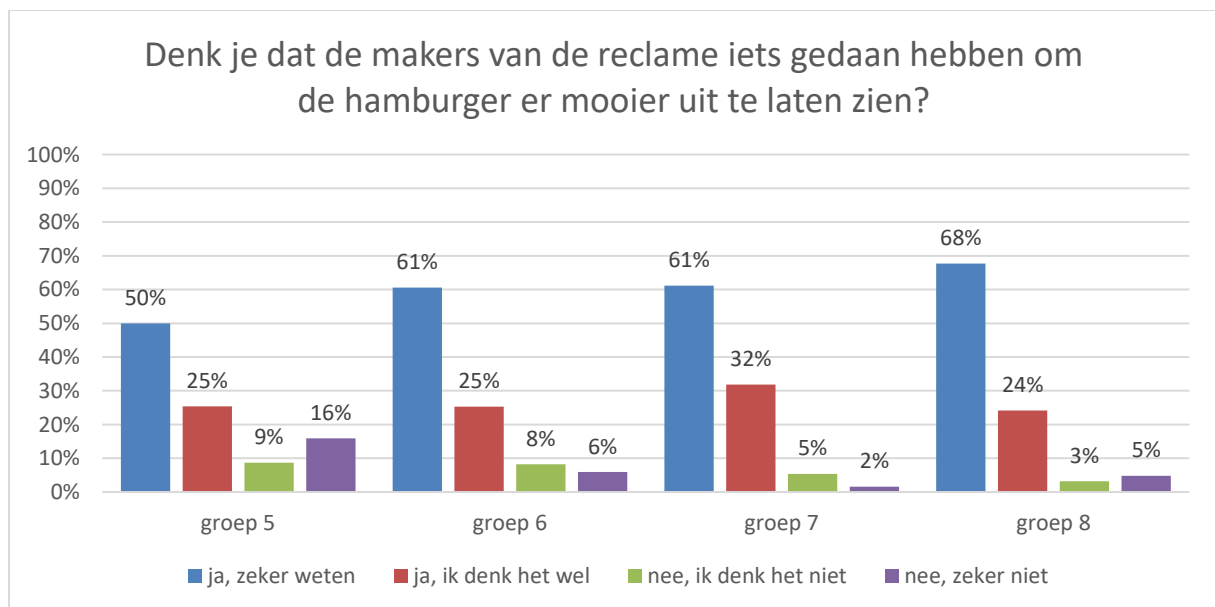
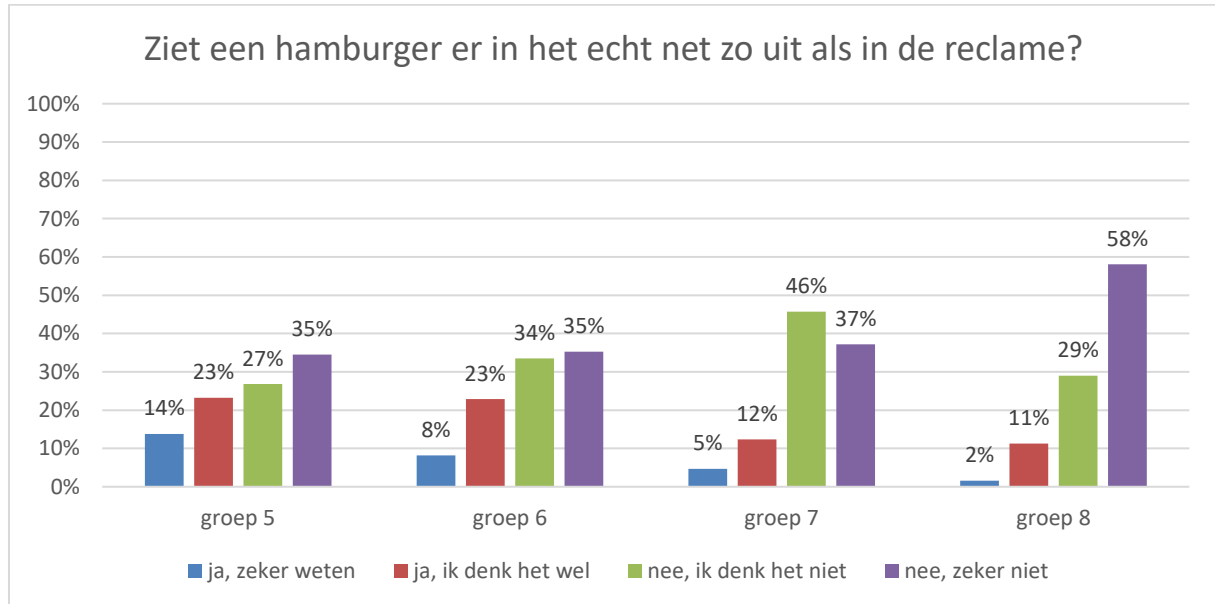
In dit onderzoek richten we ons op reclame. Reclame is overal en niet altijd makkelijk te herkennen, zeker niet voor kinderen. We vroegen ons af wat kinderen weten over reclame op sociale media. Zijn ze zich bewust van het doel? Om dat te onderzoeken vroegen we aan kinderen: *Stel je ziet deze foto op Facebook. Waarom staat deze foto op Facebook?* De kinderen konden meerdere antwoorden geven op deze vraag (zie tabel).



Rond 80% van alle kinderen begrijpt dat de foto op Facebook staat om ervoor te zorgen dat mensen hamburgers van McDonalds gaan kopen. Daarnaast begrijpt ongeveer de helft van de kinderen het verleidende karakter van de advertentie, oftewel dat de Facebook-advertentie mensen een goed gevoel probeert te geven over McDonalds.



Kinderen hebben goed door dat producten in reclame er niet altijd even mooi uitzien als in het echt. Gemiddeld geeft 70% van alle kinderen aan te denken of zeker te weten dat de hamburger er in het echt anders uitziet dan op de foto. Daarnaast geeft zo'n 80% aan te denken of zeker te weten dat de makers van de reclame iets gedaan hebben om de hamburger er op de foto mooier uit te laten zien. Kinderen uit groep 5 hebben dit minder goed door dan de oudere kinderen.



Op de open vraag wat de maker van de McDonalds reclame gedaan heeft om de reclame mooier te maken, gaven de kinderen uiteenlopende antwoorden.

“Fantasie gebruikt” - *Meisje, groep 5*

“Het op een podium zetten” - *Jongen, groep 5*

“Iets met fotoshop want daar kan je een foto bewerken” - *Meisje, groep 5*

“Dingen plakken en dingen weghalen” - *Jongen, groep 5*

“Rode loper erbij gedaan” - *Meisje, groep 6*

“De reclame bewerken met behulp van een app op je telefoon” - *Meisje, groep 6*

“De hamburger nep laten maken, en goed met lichten gewerkt” - *Jongen, groep 6*

“De foto bewerkt” – *Jongen, groep 6*

“De rode loper en grote teksten met het is lekker” - *Meisje, groep 7*

“Heel lekker gemaakt en misschien wel een plaatje van internet gepakt” - *Jongen, groep 7*

“Hamburger mooier gemaakt” - *Jongen, groep 7*

“Extra zijn best gedaan” - *Jongen, groep 7*

“Veel geoefend en de mooiste gefotografeerd” - *Meisje, groep 8*

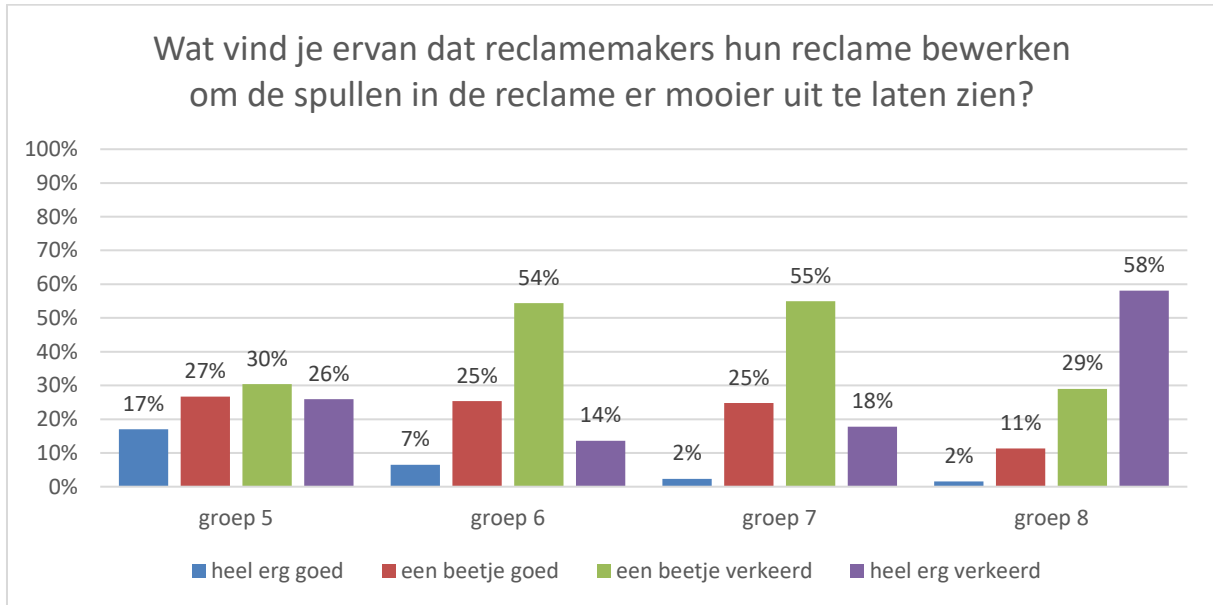
“Gezorgd dat het broodje er mooier uitziet” - *Jongen, groep 8*

“Een filter en een mooie achtergrond” - *Meisje, groep 8*

“Nep hamburger” - *Jongen, groep 8*

Een groot deel van de kinderen verwijst in hun antwoord naar het feit dat de hamburger en/of de foto van de hamburger bewerkt is. Echter waren er ook kinderen die aangaven wel te denken dat de makers van de reclame iets gedaan hadden om de hamburger er mooier uit te laten zien, maar niet wisten wat de makers dan precies gedaan hadden.

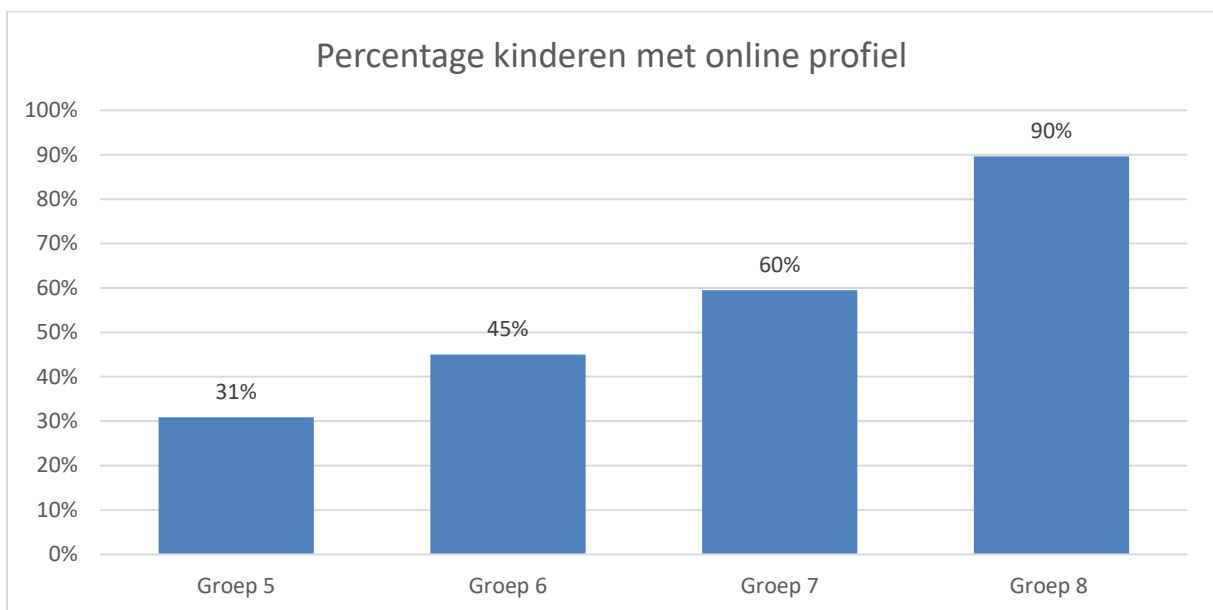
Veel kinderen zijn kritisch over het feit dat veel reclames bewerkt worden om de spullen in de reclame er mooier uit te laten zien dan ze in het echt zijn. Van alle kinderen vindt 18% dit heel erg verkeerd en 46% een beetje verkeerd. Kinderen in groep 5 zijn het minst kritisch over reclamebewerking en kinderen uit groep 8 het meest.



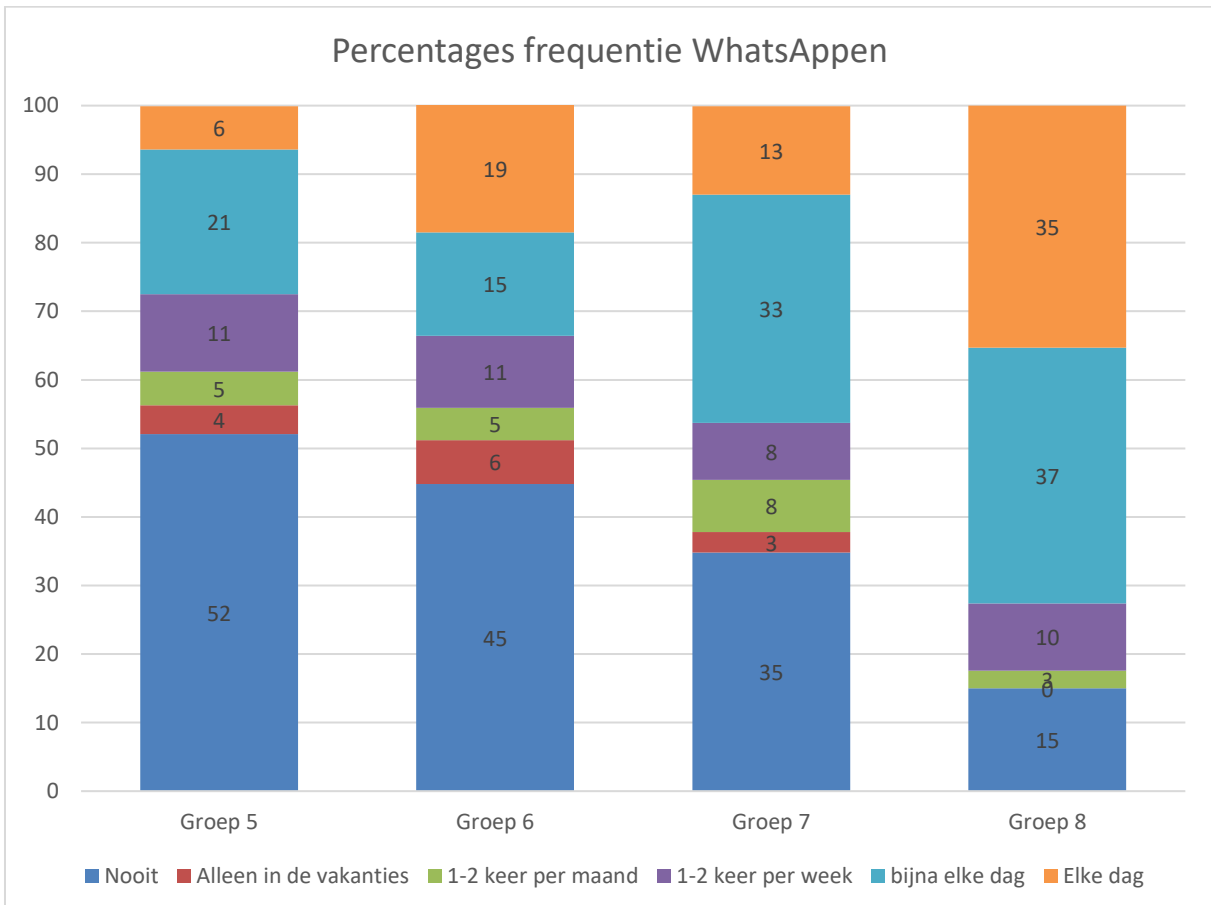
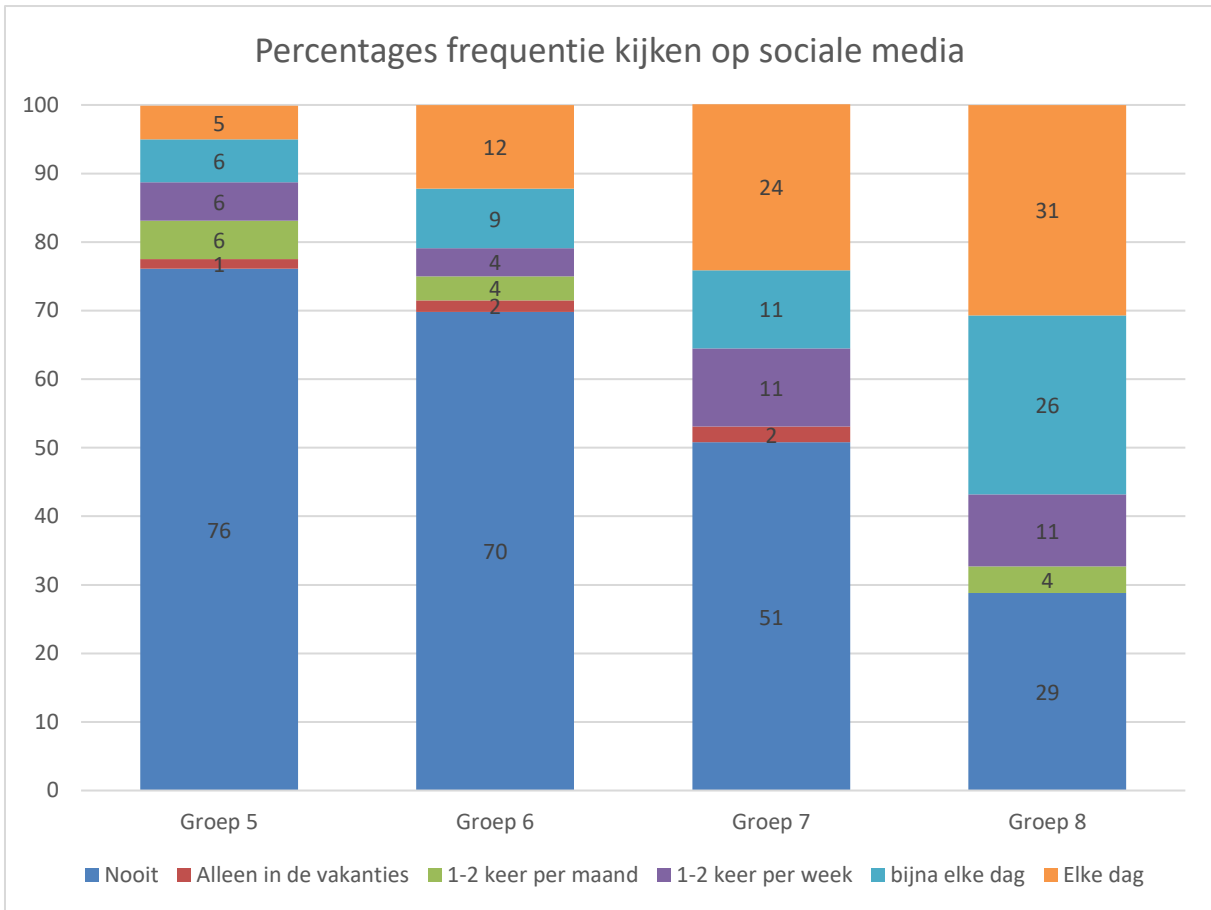
2. Bewaak je identiteit: gebruik en ervaringen sociale media

Bij het thema *Bewaak je identiteit* gaat het om hoe kinderen zichzelf online profileren. Hoe gebruiken zij sociale media? Wie zijn ze op het Internet?

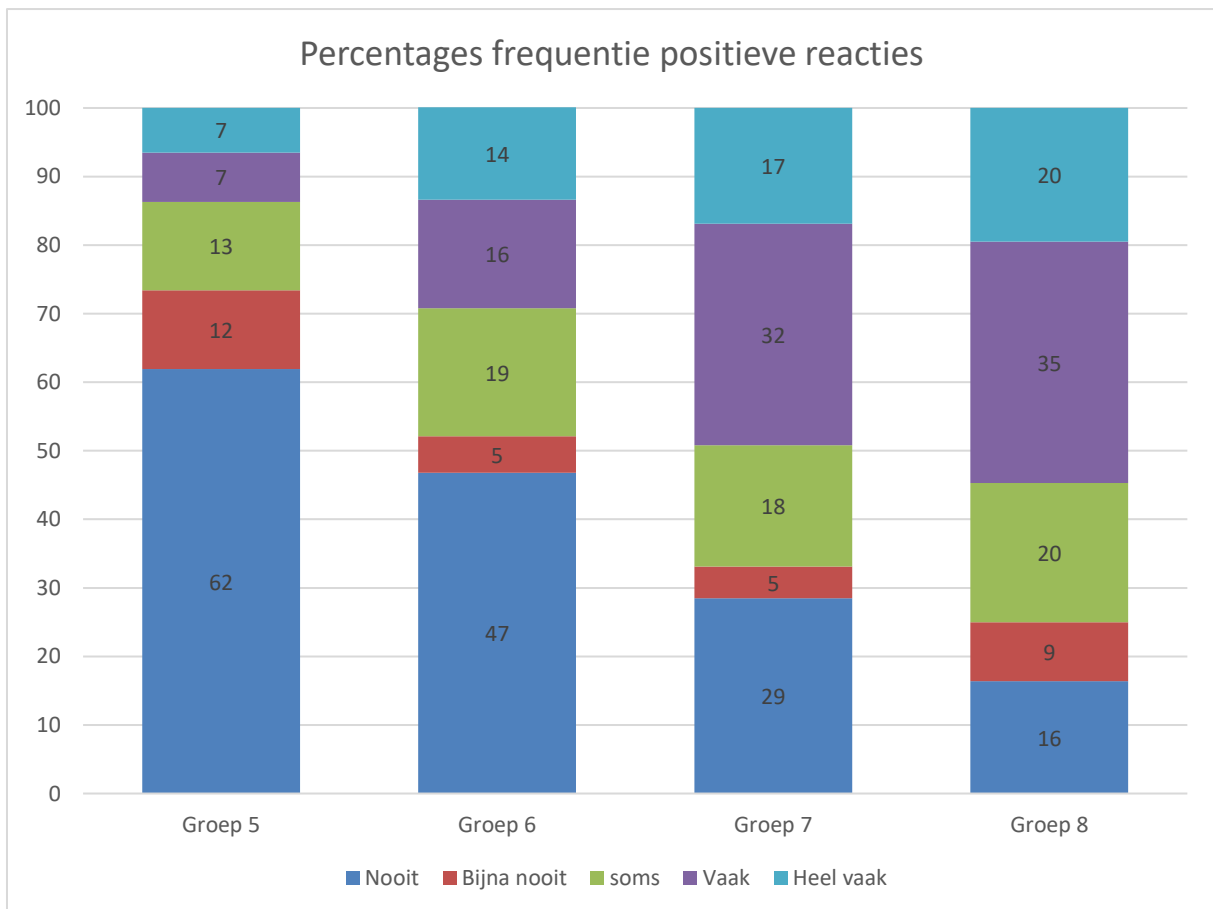
Ten eerste wilden we weten hoe vaak kinderen sociale media gebruiken. We vroegen kinderen daarom of ze een online profiel hebben, bijvoorbeeld op Facebook, Instagram, Snapchat of WhatsApp. Meer dan de helft van de kinderen die deze vraag invulden (56%) zei een online profiel te hebben. Oudere kinderen hebben vaker een online profiel dan jongere kinderen. Van kinderen in groep 5 heeft ongeveer een derde een online profiel terwijl in groep 8 bijna alle kinderen een online profiel hebben.

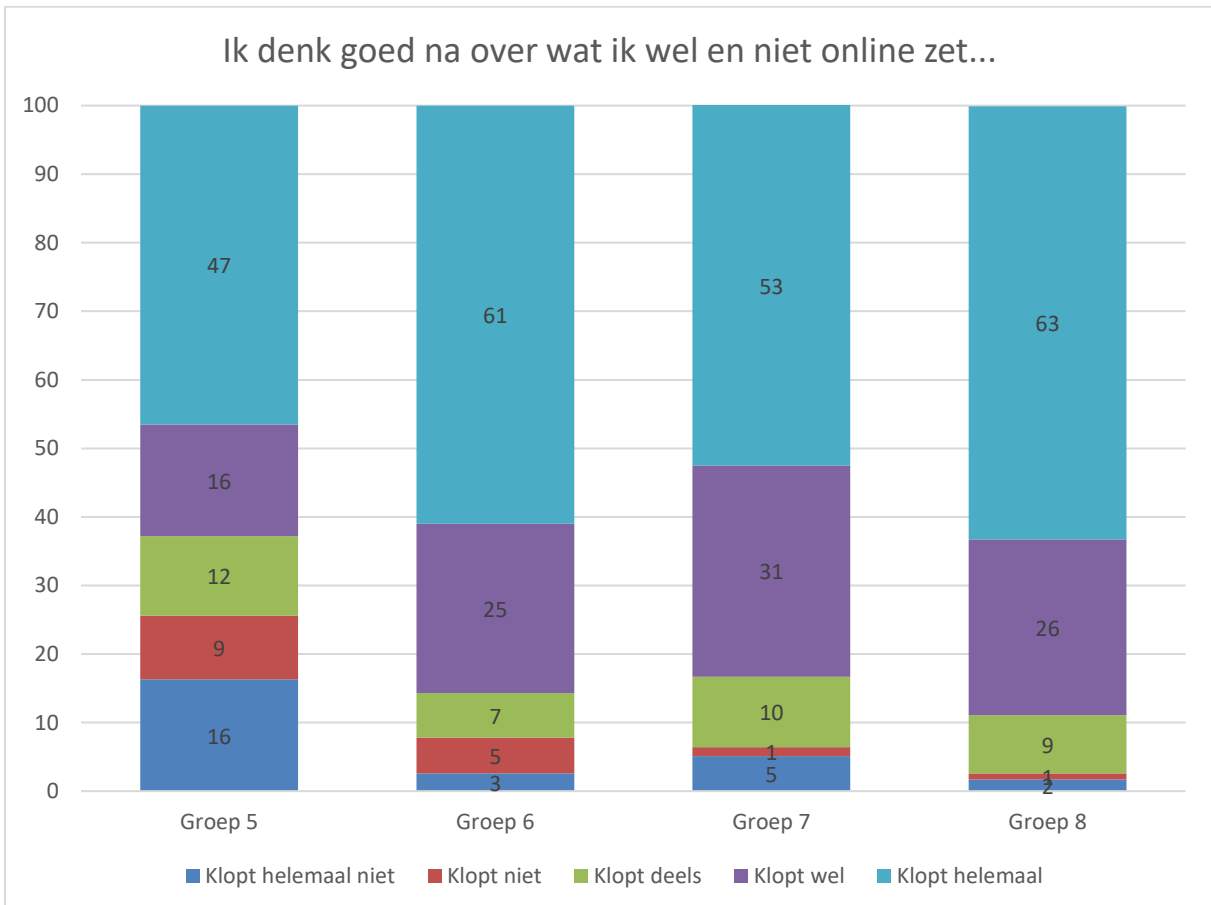
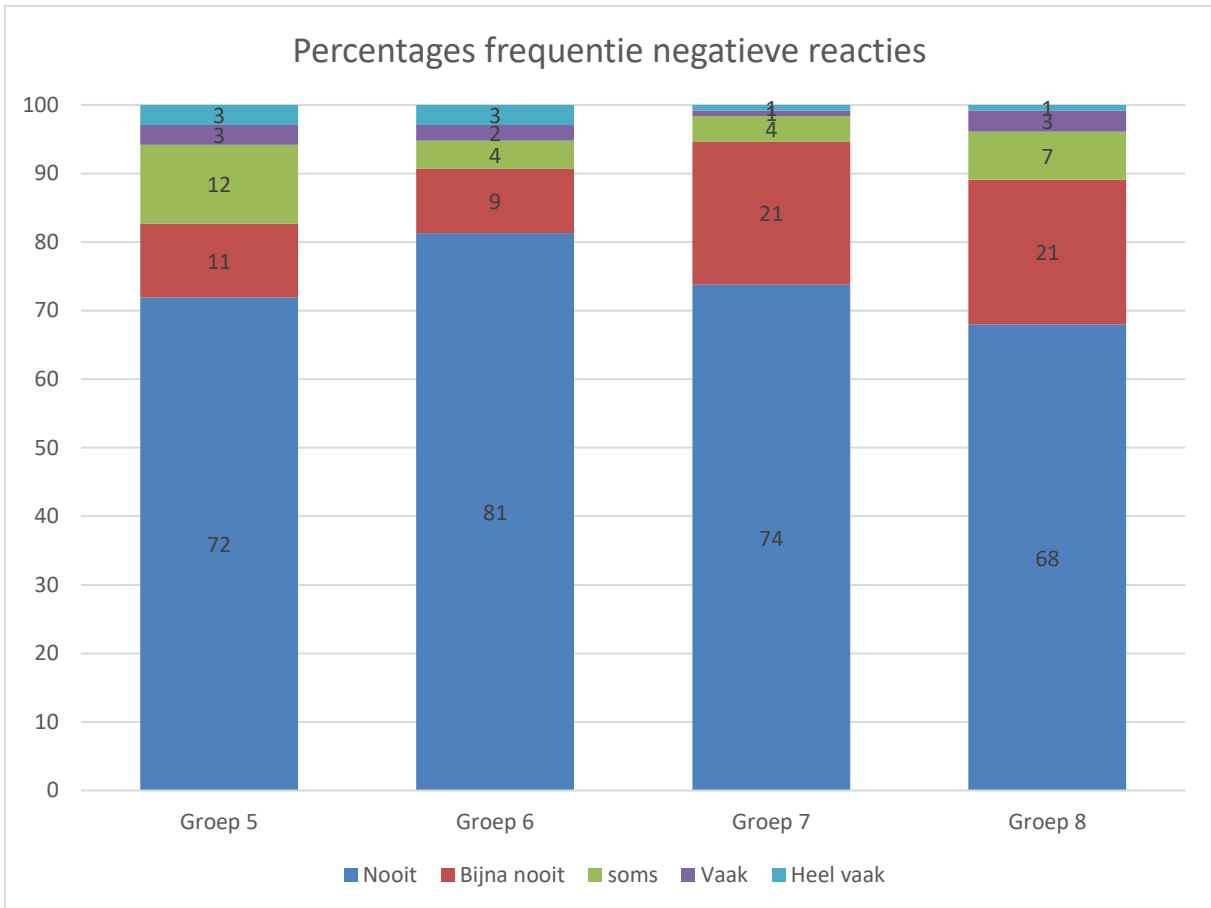


We vroegen kinderen ook hoe vaak ze 1) kijken op sociale media (zoals Instagram en Facebook) en 2) WhatsApp gebruiken. Oudere kinderen kijken vaker op sociale media, gebruiken vaker WhatsApp, en delen vaker berichtjes en foto's online dan jongere kinderen.



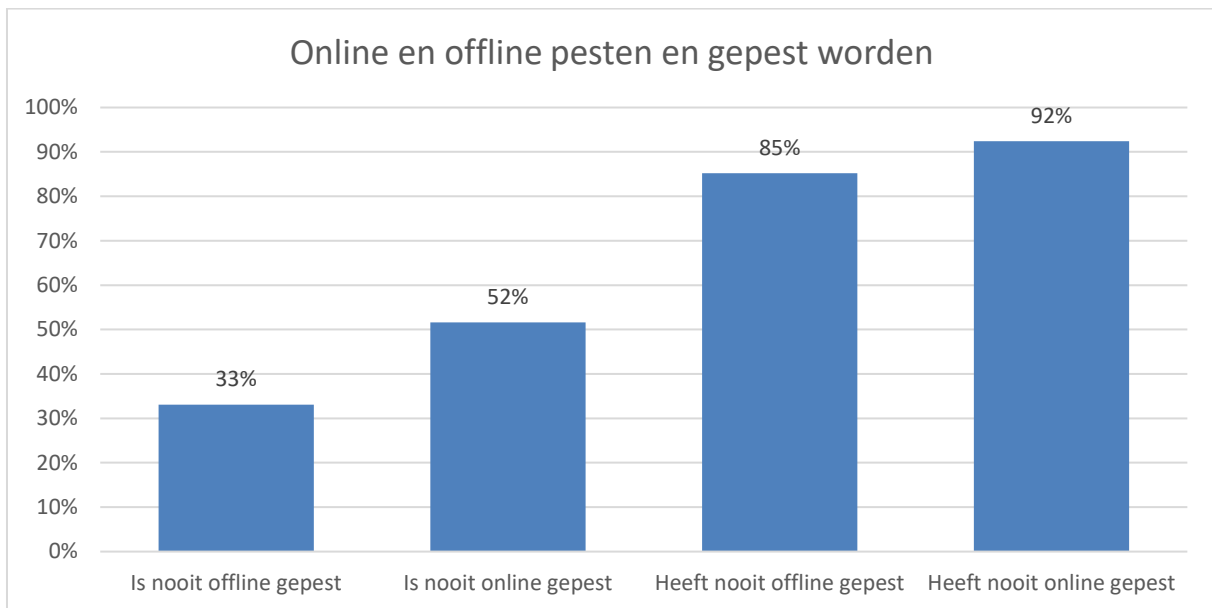
We wilden niet alleen weten hoe vaak kinderen sociale media gebruiken maar ook hoe ze sociale media gebruiken en wat hun ervaringen zijn. Daarom vroegen we kinderen ook hoe vaak ze positieve en negatieve reacties krijgen op wat ze online delen en of ze goed nadenken over wat ze wel en niet online zetten. Naarmate ze ouder worden, en ze zoals we eerder zagen ook vaker sociale media gaan gebruiken, krijgen kinderen steeds meer positieve reacties op wat ze online delen. Negatieve reacties krijgen de meeste kinderen (van alle leeftijden) nooit of bijna nooit. We zien daarnaast dat de meeste kinderen aangeven goed na te denken over wat ze wel en niet online zetten. Naarmate ze ouder worden zeggen steeds meer kinderen dat ze goed nadenken over wat ze wel en niet online zetten.





3. Wat je geeft krijg je terug: Pestgedrag en geluk

Bij het thema *Wat je geeft krijg je terug* gaat het over respectvol met elkaar omgaan op het internet. We zien dat offline pesten (het “traditionele” pesten) vaker voorkomt dan online pesten (ook wel cyberpesten genoemd). In totaal geeft 33% van de kinderen aan dat ze nooit offline gepest worden, tegenover 85% die nooit online gepest wordt. Verder zegt 52% dat zij offline nooit pesten, tegenover 92% dat online nooit pest. Er waren geen opvallende leeftijdsverschillen.

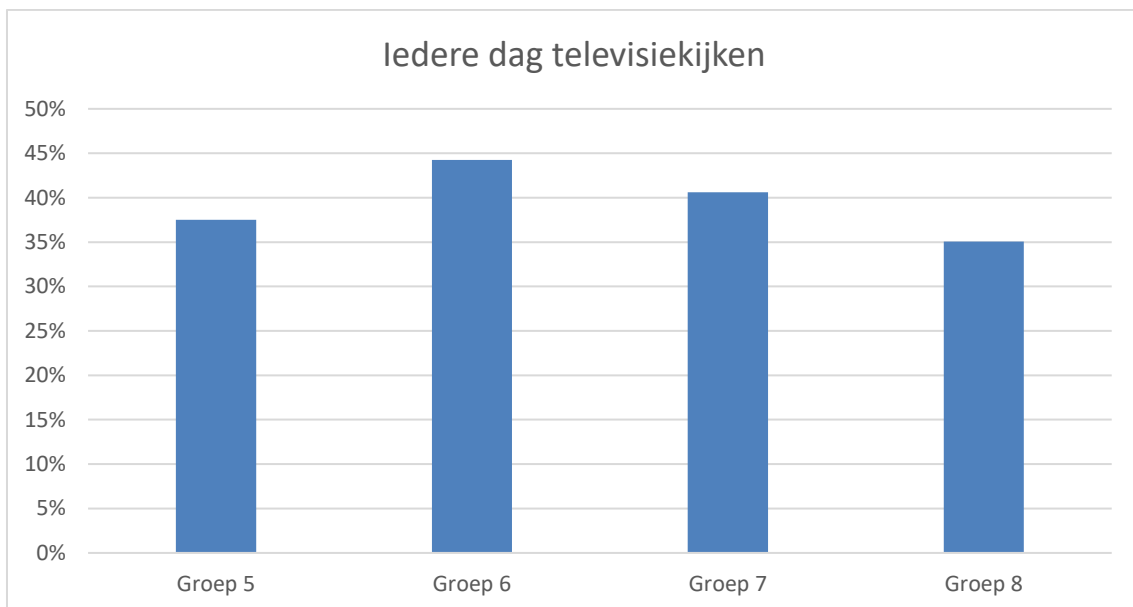


De meeste kinderen geven aan “best gelukkig” tot “heel erg gelukkig” te zijn. Dit is in lijn met eerdere onderzoeken, waaruit bleek dat Nederlandse kinderen erg gelukkig blijken in vergelijking met kinderen uit andere landen (bron: World Health Organization Europe).

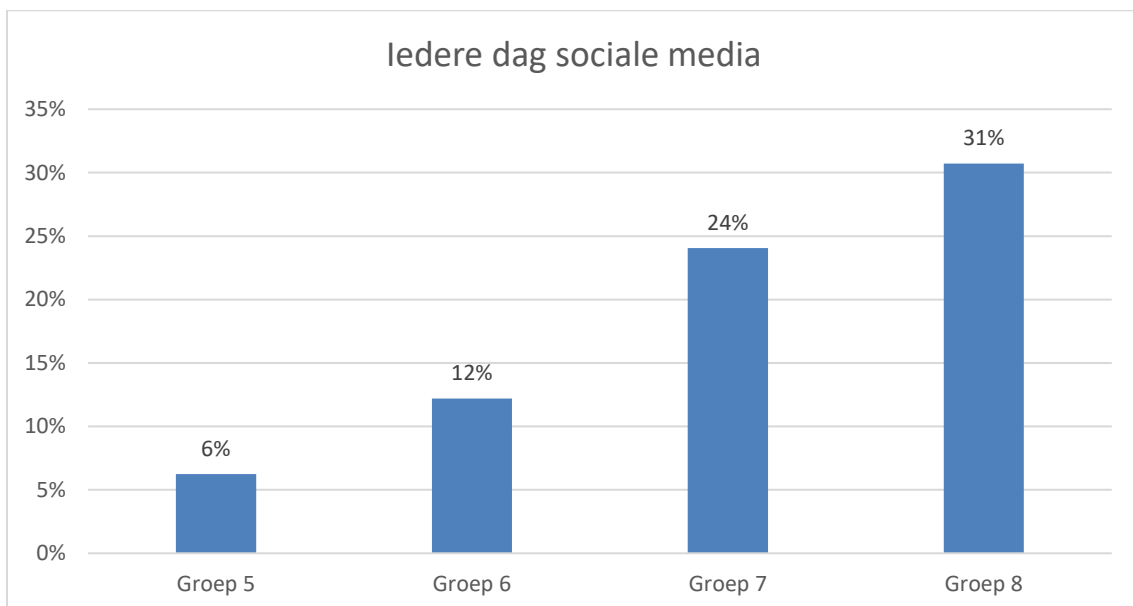
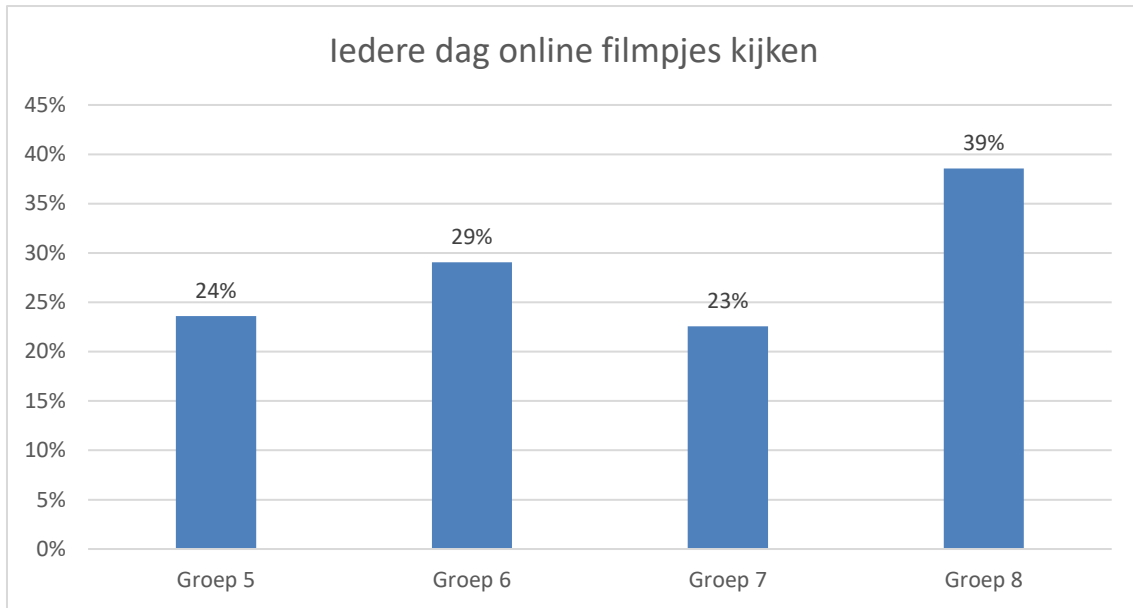
4. Houd de klok in de gaten: Mediagebruik

Bij het thema *Houd de klok in de gaten* gaat het over de tijd die kinderen aan offline en online spelen besteden.

In de vragenlijst hebben kinderen aangegeven hoe vaak ze bepaalde media-activiteiten deden buiten schooltijd, zoals televisie kijken, gamen, WhatsAppen, online filmpjes kijken. Ze konden daarbij aangeven of ze dit elke dag, bijna elke dag, op een of twee dagen in de week, op een of twee dagen in de maand, alleen in de vakanties of nooit deden. De meest favoriete dagelijkse media-activiteit is televisiekijken (40% van de kinderen geeft aan dit dagelijks te doen), gevolgd door spelletjes of games spelen op een computer (38%) en het lezen van boeken (26%). Online filmpjes worden dagelijks bekeken door 29% van de kinderen, 19% geeft aan iedere dag te WhatsAppen. Van alle kinderen gezamenlijk geeft 13% aan dagelijks op sociale media (zoals Instagram en Facebook) te kijken. Minst favoriete dagelijkse mediagebruik is de krant lezen (3,2%) en digitale verhalen lezen of luisteren (3,2%).



Dagelijks televisiekijken is in alle groepen favoriet, er zijn slechts kleine verschillen tussen de groepen. Zo geeft 44% van de kinderen in groep 6 aan dagelijks televisie te kijken, terwijl van de kinderen in groep 8 35% heeft aangegeven dit dagelijks te doen. Dagelijks online filmpjes kijken wordt meer gedaan door kinderen uit groep 8 (39% dagelijks).



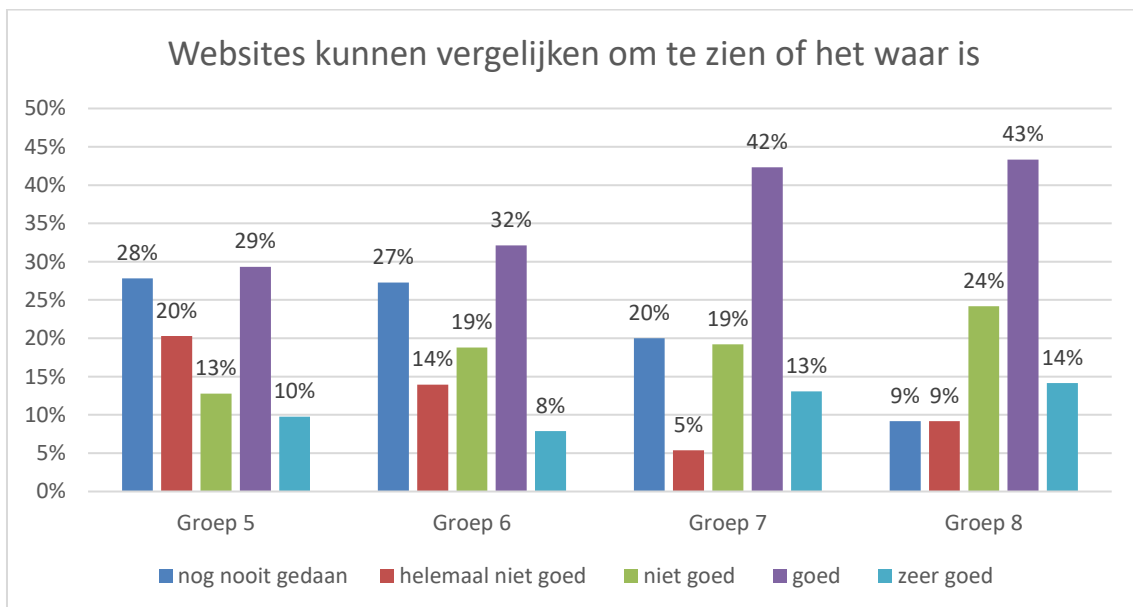
Wat betreft het kijken op sociale media zien we duidelijk verschillen tussen groepen. Kinderen in groep 7 (24%) en vooral 8 (31%) doet dit veel vaker dagelijks dan kinderen in groep 6 (12%) en 5 (6%).

Ongeveer 40% van de kinderen geeft aan zeker te weten dat ze goed in de gaten kunnen houden dat ze niet te lang internetten, televisiekijken of gamen.

5. Maak goede keuzes: Informatievaardigheden

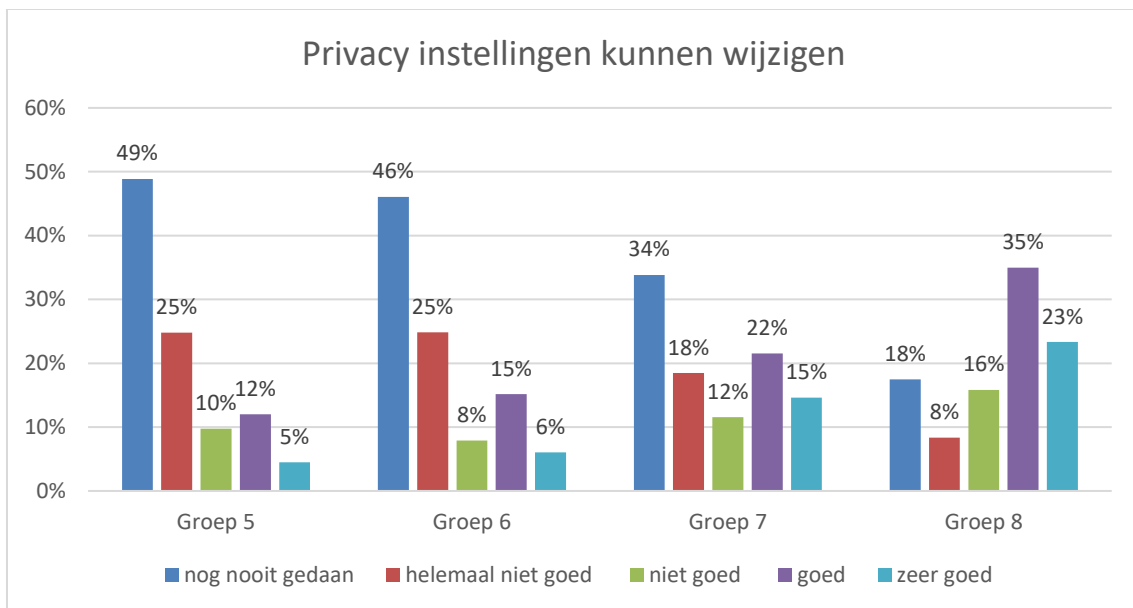
Bij het thema *Maak goede keuzes* gaat het onder andere over hoe kinderen met informatie op het internet omgaan (zoeken, verwerken, bewerken). Dit worden ook wel 'informatievaardigheden' genoemd.

Op een schaal van 0 (nog nooit gedaan) tot 4 (zeer goed) scoren de kinderen gezamenlijk een gemiddelde van 2 op de 10 vragen die gesteld zijn. Dat is niet heel slecht, maar ook niet erg goed. Zo geeft bijvoorbeeld 47% van de kinderen aan (zeer) goed verschillende websites te kunnen vergelijken om te zien wat waar is, 31% geeft aan dit (helemaal) niet goed te kunnen. Ongeveer 22% van de kinderen heeft dit nog nooit gedaan. Ongewenste advertenties blokkeren kan 30% van de kinderen (zeer) goed, ongeveer 38% geeft aan dit (helemaal) niet goed te kunnen en 33% heeft dit nog nooit gedaan.



Kinderen in groep 7 (42%) en 8 (43%) geven vaker aan dat ze goed verschillende websites kunnen vergelijken of de informatie waar is dan kinderen in groep 5 (29%) en 6 (32%).

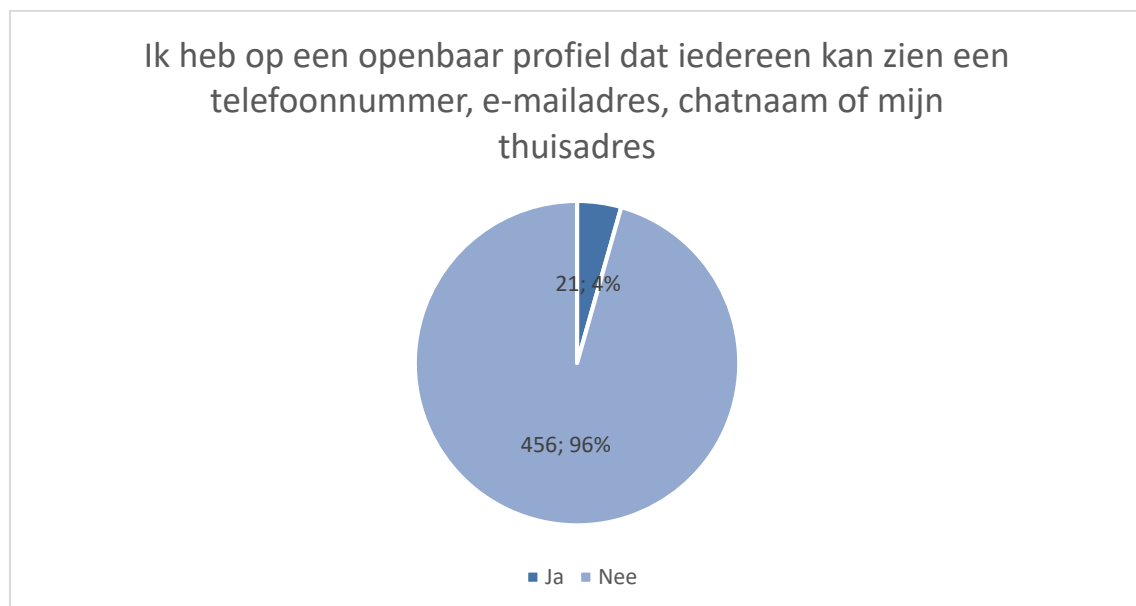
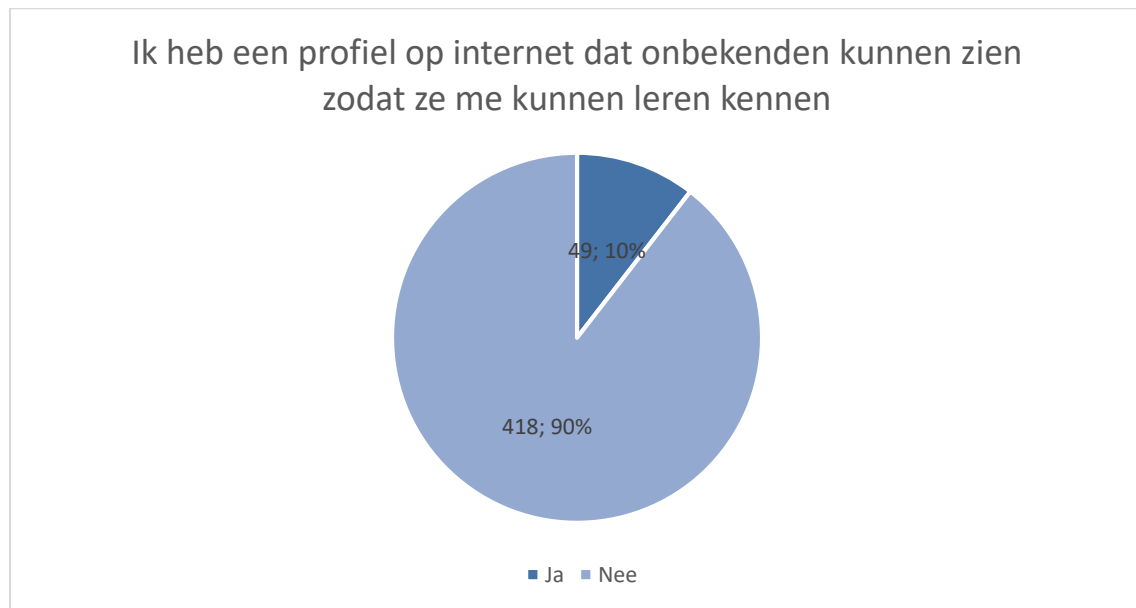
Aan de kinderen is ook gevraagd hoe goed ze privacy instellingen kunnen wijzigen van een sociaal-netwerkprofiel zoals bijvoorbeeld Facebook of Instagram (hiermee bedoelen we de instellingen die bepalen of je gegevens gezien kunnen worden door andere mensen op het internet). Kinderen uit groep 8 hebben vaker aangegeven dit goed te kunnen (35%), terwijl slechts 12% van de kinderen uit groep 5 denkt dit goed te kunnen. Van de kinderen in groep 5 en 6 heeft ongeveer 50% dit nog nooit gedaan. Dit sluit aan bij de eerdere bevindingen in dit rapport, namelijk dat sociale media nog niet veel bezocht of gebruikt worden door kinderen in groep 5 en 6.



6. Bescherm je privacy: Openbaar online profiel

Bij het thema *Bescherm je privacy* gaat over welke informatie privé is en wat anderen mogen weten. Een goed onderscheid kunnen maken tussen wat privé is en wat anderen mogen weten speelt een belangrijke rol bij risicovol online gedrag, bijvoorbeeld contact met vreemden.

We zien dat de kinderen gemiddeld heel goed omgaan met het internet. De minderheid (10%) heeft een online profiel dat volgens hen te zien is voor onbekenden, en slechts 4% heeft hierop contact informatie staan.

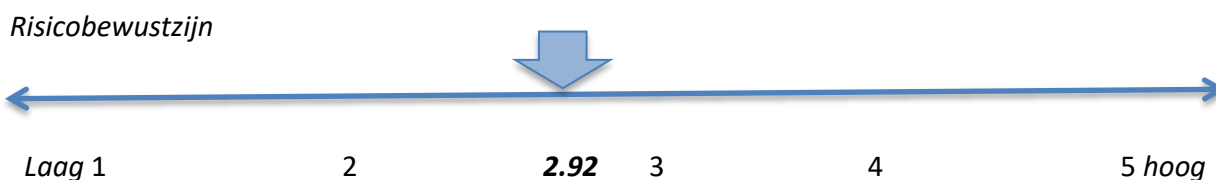


7. Zorg voor je eigen veiligheid: Online risicogedrag

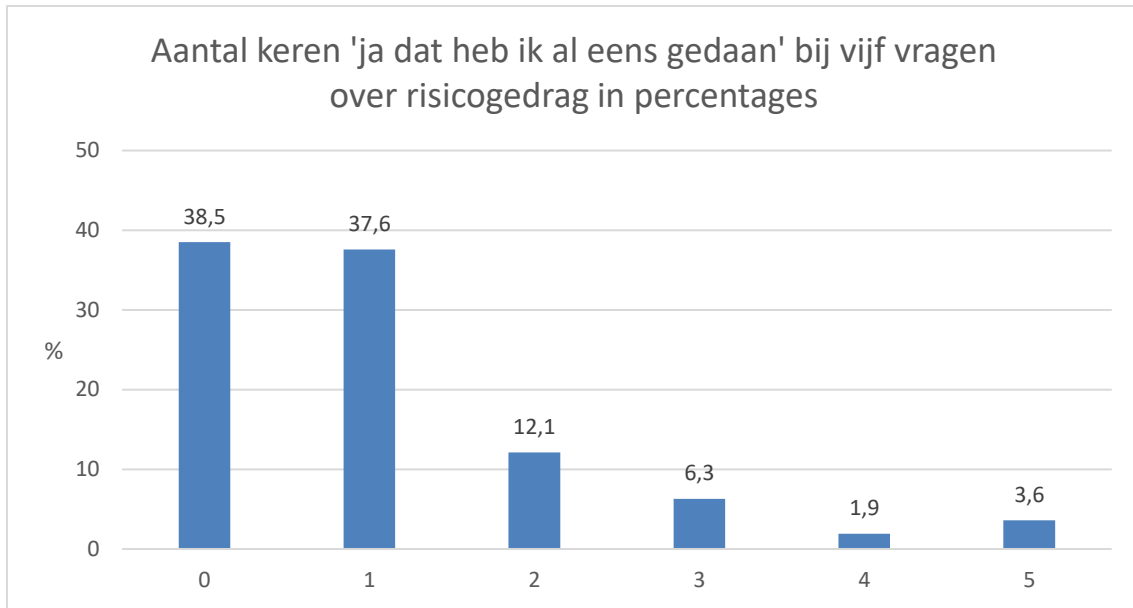
Bij het thema *Zorg voor je eigen veiligheid* gaat het onder andere over de mate waarin kinderen zich bewust zijn van de risico's op het internet en de mate waarin ze risicovol online gedrag vertonen.

De vragen in dit onderzoek gingen vooral over het ontmoeten van vreemden online. Een voorbeeld van een stelling die we de kinderen voorlegden was: "Jon@s" stuurt Saartje een berichtje met als titel "Ken je me nog van kamp?" met een foto erbij. Saartje weet niet meer wie Jonas is maar is wel al eens op kamp geweest dus ze opent de foto om te kijken hoe die er uit ziet.

Kinderen konden aangeven of ze dit helemaal niet gevaarlijk (1) tot heel erg gevaarlijk (5) vonden. Gemiddeld scoorden kinderen 2,92. Kinderen bleken zich dus relatief bewust te zijn van de risico's op het internet.



We vroegen de kinderen ook naar hun daadwerkelijk risicogedrag over contact met vreemden online. We legden de kinderen vijf risico situaties voor, bijvoorbeeld: 'Ik heb wel eens met een onbekende gechat'. Bij elke stelling konden de kinderen aangeven 'nee, dat heb ik nog nooit gedaan', of 'ja, dat heb ik wel eens gedaan'. Door te tellen hoe vaak kinderen 'ja' antwoordden kunnen we zien hoe vaak ze zich bevonden in een risico situatie. Nul keer in een risicosituatie is dus de laagste score die kinderen kunnen behalen op risicogedrag, en vijf keer is de hoogste score. Kinderen die zichzelf 2, 3, 4 of 5 keer in een risicosituatie bevonden zijn duidelijk in de minderheid. De meeste kinderen gaven maar bij 0 of 1 van de stellingen aan dat ze zich wel eens in die situatie hadden bevonden. De kinderen lijken zich dus in het algemeen weinig in risico situaties te begeven.



8. Ouders: Media-aanbod, gebruik, en opvoeding

Media-aanbod thuis en slaapkamer

Er is aan ouders gevraagd hoeveel media-apparaten er in huis zijn, waarbij het gaat om een vaste computer, tablet, spelcomputer, smartphone, televisie, en e-reader. Het blijkt dat in de deelnemende huishoudens minimaal 9 van deze apparaten in huis zijn, en maximaal 25. Het gemiddelde ligt op 17 apparaten per huishouden. Ook is gevraagd naar het aantal boeken per huishouden: 1% van de huishoudens valt in de laagste categorie (0-10 boeken), en 7% valt in de hoogste categorie (meer dan 500 boeken). De meeste huishoudens - 40 procent - hebben 26 tot en met 100 boeken in huis.

Daarnaast is gevraagd hoeveel media-apparaten kinderen op hun kamer hebben. De meerderheid van de kinderen - 71 procent - blijkt geen enkel digitaal media-apparaat op de slaapkamer te hebben. Het hoogste aantal per kinderslaapkamer is 5 apparaten (1%). Als er een media-apparaat op de kinderkamer aanwezig is, is dat er meestal maar 1 (18%). Ook moest aangegeven worden of kinderen boeken op hun slaapkamer hebben liggen. De meeste kinderen hebben hier gewone (voorlees)boeken liggen (89%), gevolgd door stripboeken/tijdschriften (75%) en in enkel gevallen kranten (3%).

Media-activiteiten kind

Aan de ouders is gevraagd hoe vaak hun kind media(-apparaten) gebruikt buiten schooltijd voor de volgende zeven activiteiten: (1) educatieve spelletjes of apps, (2) behendigheidspelletjes, (3) schiet-, vecht- of actiespelletjes, (4) informatie opzoeken, (5) digitale (voorlees)verhaaltjes lezen/luisteren/bekijken, (6) het volgen van nieuws, (7) e-mailen. De activiteit die kinderen volgens hun ouders gemiddeld het vaakst doen, is behendigheidspelletjes spelen, gevolgd door het opzoeken van informatie (bijvoorbeeld 'Googelen'). Kinderen zijn gemiddeld het minst bezig met digitale (voorlees)verhaaltjes lezen/luisteren/bekijken en e-mailen.

Daarnaast is aan de ouders gevraagd hoeveel minuten hun kind gemiddeld per dag besteedt aan de volgende acht activiteiten: (1) televisie kijken, (2) spelletjes spelen/gamen op computer, spelcomputer of telefoon, (3) boeken lezen, (4) stripboeken of tijdschriften lezen, (5) kranten lezen, (6) WhatsAppen met vrienden/vriendinnen, (7) kijken op sociale media, (8) online filmpjes kijken. De activiteit waar kinderen gemiddeld het langst mee bezig zijn na schooltijd, is televisie kijken: het gemiddelde ligt op 60 minuten per dag. De activiteit waar kinderen volgens hun ouders gemiddeld het kortst mee bezig zijn na schooltijd, is kranten lezen: het gemiddelde ligt op 1 minuut per dag. Opvallend is dat volgens de deelnemende ouders hun basisschoolkinderen in groep 5 tot en met 8 relatief weinig tijd besteden aan online media: online filmpjes kijken ligt gemiddeld nog op 22 minuten per dag, maar kijken op sociale media (zoals Instagram en Facebook) en WhatsAppen met vrienden/vriendinnen komen uit op gemiddeld 4 en 2 minuten per dag.

WhatsAppen met vrienden/vriendinnen en kijken op sociale media komt nauwelijks voor onder kinderen in groep 5; dit begint pas een beetje te spelen vanaf groep 6, alhoewel kinderen in groep 6 tot en met groep 8 volgens hun ouders ook maar weinig tijd besteden aan deze

activiteiten. Zo geven ouders aan dat kinderen in groep 8 gemiddeld 10 minuten per dag gebruik maken van WhatsApp buiten schooltijd. Op sociale media kijken deze kinderen gemiddeld 4 minuten per dag (50% van de groep 8 kinderen kijkt nooit op sociale media volgens de ouders). Verder is er een duidelijk stijgende lijn in het aantal minuten naar online filmpjes kijken naarmate de groep hoger wordt.

Media-activiteiten ouders

Ouders hebben ook aangegeven hoeveel tijd zij in hun vrije tijd besteden aan mediagebruik. De meeste ouders vallen op een doordeweekse dag in de categorie "tot 1 uur per dag" wat betreft internetgebruik; respectievelijk 64%. Ruim een vijfde gebruikt internet "1 tot 2 uur per dag" (22%), ruim een tiende "2 uur of meer per dag" (13%), en slechts 1 procent gebruikt nooit internet in hun vrije tijd. Voor een weekenddag geldt ongeveer hetzelfde patroon: de meeste ouders vallen in de categorie "tot 1 uur per dag" (48%) en alle ouders gebruiken internet in het weekend (0% gebruikt nooit).

Internetgebruik ouders (doordeweekse dag)

	Aantal	Percentage
Gebruik nooit internet	2	1%
Tot 1 uur per dag	102	64%
1 uur tot 2 uur per dag	35	22%
2 uur of meer per dag	20	13%
Totaal	159	100,00%

Internetgebruik ouders (weekenddag)

	Aantal	Percentage
Gebruik nooit internet	0	0%
Tot 1 uur per dag	76	48%
1 uur tot 2 uur per dag	58	36%
2 uur of meer per dag	25	16%
Totaal	159	100%

Met betrekking tot televisie kijken op een doordeweekse dag vallen de meeste ouders - ongeveer de helft - in de categorie "1 uur tot 2 uur per dag" (51%). Op een weekenddag vallen de meeste ouders in de categorie "2 uur of meer per dag", namelijk 46 procent.

Televisiegebruik ouders (doordeweekse dag)

	Aantal	Percentage
Gebruik nooit televisie	3	2%
Tot 1 uur per dag	51	33%
1 uur tot 2 uur per dag	80	51%
2 uur of meer per dag	22	14%
Totaal	156	100%

Televisiegebruik ouders (weekenddag)

	Aantal	Percentage
Gebruik nooit televisie	2	1%
Tot 1 uur per dag	21	14%
1 uur tot 2 uur per dag	61	39%
2 uur of meer per dag	72	46%
Totaal	156	100%

Voor lezen geldt dat zowel voor een doordeweekse dag als een weekend dag, de meeste ouders tot 1 uur per dag lezen, respectievelijk 83% en 70%.

Leesgedrag ouders (doordeweekse dag)

	Aantal	Percentage
Lees nooit	7	5%
Tot 1 uur per dag	129	83%
1 uur tot 2 uur per dag	13	8%
2 uur of meer per dag	7	4%
Totaal	156	100%

Leesgedrag ouders (weekenddag)

	Aantal	Percentage
Lees nooit	6	4%
Tot 1 uur per dag	110	70%
1 uur tot 2 uur per dag	29	19%
2 uur of meer per dag	11	7%
Totaal	156	100%

Mediaopvoeding

De mediaopvoeding die ouders hun kind bieden is ruwweg onder te verdelen in drie dimensies: (1) meekijken wat het kind doet met media, (2) actief uitleg geven over (gevaren) media of het kind helpen met mediagebruik, (3) regels opstellen over mediagebruik en monitoren wat het kind doet.

- 1) Het onderzoek laat zien dat 15 procent van de ouders vaak samen dingen doet op het internet met hun kind, en 48 procent kijkt vaak samen met hun kind naar een tv-programma.
- 2) Ook blijkt dat 31 procent van de ouders vaak uitlegt waarom sommige websites goed of slecht zijn, en 30 procent bespreekt vaak met hun kind waarom iets op televisie niet goed is.
- 3) Tot slot geeft 11 procent van de ouders aan vaak het profiel van hun kind op een sociaal netwerk of online community te controleren, en 30 procent van de ouders geeft vaak aan welke tv-programma's hun kind mag kijken.

Voor voorlezen geldt dat 35 procent van de ouders hun kind (heel) vaak voorleest uit een boek.

Wanneer we alleen kijken naar groep 6 tot en met groep 8, blijkt dat op de vragen (1) naast mijn kind zitten als deze internet gebruikt, (2) samen dingen op internet doen, (3) mijn kind helpen als deze iets moeilijk vindt of niet kan vinden, meer ouders scoren op de antwoordcategorie vaak bij groep 6 (resp. 33%, 20%, 41%), minder ouders scoren vaak bij groep 7 (resp. 21%, 13%, 29%), en de minste ouders scoren vaak bij groep 8 (resp. 13%, 17%, 25%). Dit suggereert dat kinderen uit lagere schoolgroepen meer worden begeleidt op het internet dan kinderen uit de hogere schoolgroepen.