

media
ukkie 4 t/m
11 april
2025
dagen

Verdiepend onderzoek Iene Miene Media

Samen met media

maart 2025



Inhoud

Onderzoeksverantwoording	3
Samenvatting	4
Duiding Iene Miene Media Onderzoek 2025	5
Mediagebruik en -impact	11
Mediaopvoeding en uitdagingen voor ouders	22
Ondersteuning en advies voor mediaopvoeding	37
Bijlagen	42

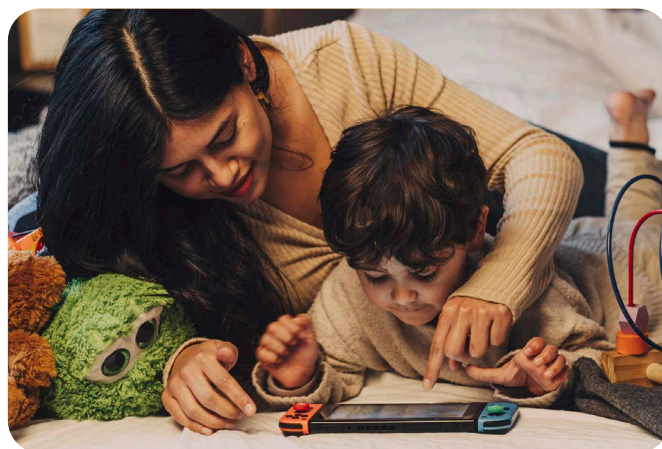


Onderzoeksverantwoording

Dit onderzoek is uitgevoerd door Highberg in opdracht van Netwerk Mediawijsheid. Voor het onderzoek is gebruikgemaakt van een online vragenlijst. De steekproef is getrokken uit het inVotes panel en Peil panel. Het veldwerk heeft plaatsgevonden tussen 10 en 26 februari 2025.

Het onderzoek is uitgevoerd met een nationaal representatieve steekproef van ouders met kinderen tussen 0 tot en met 6 jaar. Deze resultaten zijn representatief voor Nederlandse gezinnen met kinderen van 0 t/m 6 jaar, doordat de steekproefresultaten gewogen zijn op basis van de leeftijd van het kind, Nielsen-regio en opleiding van de ouders.

In totaal deden (ongewogen) 1.021 ouders van kinderen van 0 tot en met 6 jaar mee aan dit onderzoek.



		Absoluut (n)	Relatief (in %)
Steekproef	Totaal	1.021	100%
Geslacht ouder	Man	457	45%
	Vrouw	564	55%
Leeftijd van het kind	0-2 jaar	224	22%
	3-4 jaar	303	30%
	5-6 jaar	494	48%
Regio	3 Grote steden (Amsterdam, Rotterdam & Den Haag)	107	10%
	Rest West	366	36%
	Noord	95	9%
	Oost	221	22%
	Zuid	232	23%
Opleidingsniveau ouder	Laag	52	5%
	Midden	329	32%
	Hoog	640	63%



Samenvatting

Sinds 2012 publiceert Netwerk Mediawijsheid het Iene Miene Media-onderzoek, een jaarlijkse campagne die ouders en (professionele) opvoeders bewust maakt van het belang van mediaopvoeding bij kinderen van 0 tot en met 6 jaar. Dit onderzoek biedt Netwerk Mediawijsheid waardevolle input voor het jaarlijkse onderzoeksrapport, met focus op thema's als gebruik van media-apparatuur, de kansen en risico's van mediagebruik en de uitdagingen voor ouders bij het begeleiden van mediagebruik. Dit jaar ligt de nadruk extra op het thema: "Samen met media".

Mediagebruik van jonge kinderen

Kinderen van 0 t/m 6 jaar ondernemen vooral non-digitale activiteiten zoals spelen en lezen, terwijl digitale activiteiten minder vaak voorkomen. Bij digitaal mediagebruik kijken kinderen vooral filmpjes, gevolgd door gamen. De meeste tijd wordt nog steeds besteed aan non-digitale activiteiten, met binnenspelen als grootste tijdsbesteding, gevolgd



door buitenspelen en lezen. Binnen de digitale activiteiten wordt veruit de meeste tijd besteed aan het kijken van filmpjes, vooral in het weekend. Voor digitale media worden televisies het meest gebruikt, gevolgd

door tablets. Een op de drie kinderen heeft al een eigen apparaat (36%). De meeste activiteiten worden samen met ouders ondernomen, omdat zij toezicht willen houden en samen activiteiten met hun kinderen willen ondernemen. Toch laten ouders hun kinderen soms alleen of met broers en zussen media gebruiken, bijvoorbeeld om tijd voor de ouder vrij te maken of om de zelfstandigheid van hun kind te bevorderen. Dit doen ouders vaker bij digitale activiteiten dan niet-digitale activiteiten.

Hoofdvragen



Hoe gebruiken kinderen van 0 t/m 6 jaar media(apparatuur) en wat zijn volgens ouders de belangrijkste kansen en risico's hiervan?

Hoe begeleiden ouders het mediagebruik van hun kinderen, en welke uitdagingen ervaren zij daarbij?

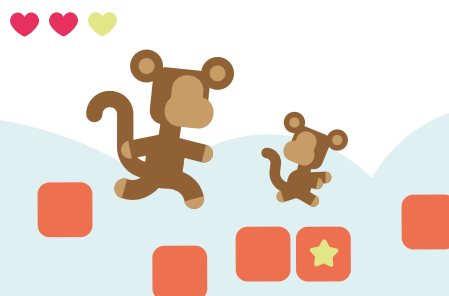
Welke ondersteuning en adviezen hebben ouders voor mediagebruik?

Ouderlijk toezicht en uitdagingen

Ouders laten hun kinderen digitale media gebruiken voor vermaak, rustmomenten en soms educatie. Ze begeleiden dit door toezicht te houden, regels op te stellen en mee te kijken. Naarmate kinderen ouder worden, wordt controle belangrijker, maar het handhaven van afspraken blijft een uitdaging. Niet alle ouders stellen schermtijdlimieten of waarschuwen voor online gevaren. Veel ouders zien vooral risico's zoals verslaving, ongepaste content en de invloed van sociale media, terwijl ze minder de educatieve kansen benadrukken. Ouders worstelen dan ook met vragen over hoe ze schermtijd kunnen beperken, wanneer sociale media geschikt zijn en hoe ze hun kind kunnen beschermen tegen online risico's.

Adviezen en ondersteuning

Ouders krijgen vooral steun van hun partner, vooral bij gedeelde opvoedingsideeën. Externe steun is echter beperkt; advies komt vooral van vrienden en kennissen, terwijl een kwart geen advies krijgt. Ouders die wel advies krijgen, stellen vaker regels en houden beter toezicht. Ze verwachten meer ondersteuning van de overheid, Kijkwijzer en techbedrijven.



Duiding Iene Miene Media Onderzoek 2025

Door: Anouk Tuijnman en Peter Nikken

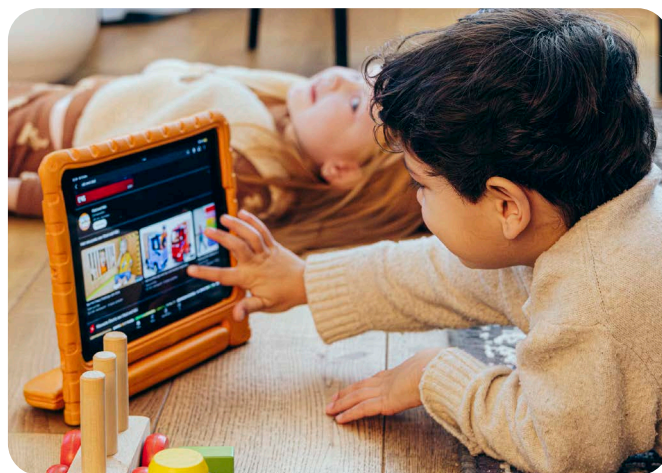
Dr. Peter Nikken is Emeritus Lector Jeugd & Media en deed decennialang onderzoek naar hoe kinderen en jongeren met media omgaan en wat dat betekent voor hun ouders, leerkrachten of begeleiders. Momenteel geeft hij advies en ondersteuning vanuit Jeugd & Media Advies.

Dr. Anouk Tuijnman is senior wetenschappelijk onderzoeker en teamcoördinator bij het Trimbos-instituut, op de thema's Digitale media en Gokken. Samen met haar collega's creëert en benut ze wetenschappelijk onderbouwde kennis over gezond gebruik van digitale media om mensen zo te beschermen tegen risico's en te helpen met het langdurig benutten van de voordelen.

Consequenties van tijd besteed aan media en offline activiteiten

Net als voorgaande jaren blijken jonge kinderen veelvuldig gebruik te maken van allerlei media-apparaten in huis. Volgens de dit jaar bevroegde ouders besteden kinderen gemiddeld ruim een uur per dag aan het bekijken van korte filmpjes op een mobiel apparaat of aan film(pje)s of programma's op TV. Dit zijn de twee allerbelangrijkste media-activiteiten voor jonge kinderen. Daarnaast gamen kinderen gemiddeld ook nog 10 minuten per dag en luisteren ze naar digitale verhaaltjes of doen ze, in mindere mate, ook nog andere dingen op een smartphone of tablet. Bij elkaar brengen kinderen van negen maanden tot zes jaar zo gemiddeld per dag bijna anderhalf uur door met digitale media.

In vergelijking met voorgaande jaren is de dagelijkse tijd met digitale media dit jaar ongeveer 25 minuten korter. Tot op heden zagen we digitaal mediagebruik elk jaar steeds een klein beetje toenemen, dus is dit een interessante bevinding. Een verklaring kan zijn dat ouders van jonge kinderen nu vaker ingrijpen en kinderen minder lang media



laten gebruiken. Er is de laatste tijd steeds meer aandacht voor jeugd en media in het nieuws, in de gezondheidszorg, op school en opvang en in de politiek. Dit zet ouders mogelijk aan om bewuster om te gaan met digitale media bij jongere kinderen. Met name het bekijken van TV-programma's is afgenomen, terwijl kinderen meer tijd zijn gaan besteden aan binnenspelen. Mogelijk zijn ouders met goede campagnes dus wel degelijk aan te sporen tot gebalanceerd, bewust en gezond mediagebruik, mits die adviezen aansluiten op de dagelijkse opvoedpraktijk.

We moeten er echter ook rekening mee houden dat dit jaar een ander panelbureau ouders bevroegd heeft en dat het verschil in dagelijkse mediagebruik ook te maken kan hebben met de periode waarin de data verzameld zijn. Mogelijk hebben ouders over andere (school- of weekenddagen) van de week geantwoord, of heeft de voorjaarsvakantie een rol gespeeld. Het was redelijk weer en minder regenachtig dan in 2024, hoewel kinderen gemiddeld wel ongeveer even lang buiten gespeeld hebben als vorig jaar.

Hoewel we dus optimistisch kunnen zijn over een iets kortere dagelijkse mediatijd, geldt echter nog steeds dat beeldschermen een prominente plaats innemen in het leven van jonge kinderen en dat zij gemiddeld genomen nog steeds meer tijd aan media besteden dan wat de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) acceptabel vindt. De data laat zien dat kinderen jonger dan twee jaar bijna

40 minuten per dag aan schermen besteden, waar ze dat helemaal niet zouden moeten doen volgens de WHO, en dat kinderen tot vijf jaar per dag anderhalf uur aan beeldschermen besteden waar de WHO maximaal een uur per dag adviseert.

Nederlandse gezinnen zijn hierin overigens niet uniek. Volgens [recent onderzoek van Common Sense Media](#) maken jonge kinderen in Amerikaanse gezinnen ook (te) veel gebruik van digitale schermen. Het blijft dus van belang om ouders te ondersteunen en adviseren om te komen tot een gebalanceerd en beperkt schermgebruik door jonge kinderen.

Ook belangrijk is dat we kunnen constateren dat er ook grote verschillen tussen gezinnen zijn. Zo zijn er veel ouders die aangeven dat hun kinderen helemaal geen tijd besteden aan filmpjes op de mobiel kijken of die geen videospelletjes spelen of die niet naar digitale verhaaltjes luisteren. Bijna de helft van de kinderen kijkt bijvoorbeeld geen TV en nog veel meer kinderen kijken geen filmpjes op een smartphone of tablet, of maken bijvoorbeeld geen gebruik van gameconsoles. Dat zijn voornamelijk jongere kinderen, maar voor een deel hangt het ook samen met het moment waarop kinderen media kunnen gebruiken; doordeweeks bijvoorbeeld maken kinderen minder gebruik van media. Daarnaast zijn meisjes volgens ouders iets minder actief met media in de weer dan jongens. Kortom, sommige jonge kinderen zijn nauwelijks bezig met bepaalde media-activiteiten, terwijl andere kinderen daar juist relatief veel tijd aan besteden.

Zo valt onder de gebruikers van media-apparaten op dat ongeveer een op de zes kinderen gemiddeld per dag meer dan twee uur doorbrengt met filmpjes kijken op de tablet of smartphone en nog eens een op de zes kinderen kijkt meer dan twee uur per dag TV. Ook onder de gamers is er een groep kinderen, zo'n tien procent, die daar meer dan twee uur per dag mee bezig is. Dat is voor jonge kinderen veel tijd als we bedenken dat hun dag relatief kort is. Bovendien blijkt dat als kinderen meer tijd aan een digitale activiteit besteden, de kans groot is dat ze ook meer tijd aan andere digitale activiteiten besteden.

Het patroon van weinig of veel tijd besteden zien we deels ook terug bij de offline-activiteiten. Onder de kinderen die spelen, doet twee derde van hen dat minstens twee uur per dag binnen en een kwart van de spelende kinderen is minstens twee uur buiten. Verder zijn lezers van boekjes daar meestal een half uur tot een uur per dag mee bezig. Tegelijk leest echter ruim een op de drie kinderen geen boekjes, speelt een kwart van de kinderen niet binnen en

vier op de tien kinderen niet buiten. Soms doen die kinderen dan wel sporten of zijn ze veel tijd bezig met eten, hoewel ze dan vaak ook wel relatief veel tijd besteden aan digitale schermen.

Eenzijds lijkt het er dus op dat ouders doorgaans wel letten op een gezonde balans tussen het gebruik van media en offline activiteiten. Bij elkaar besteden jonge kinderen op een gemiddelde dag ruim twee keer zoveel tijd aan offline-activiteiten dan aan media-apparaten. Maar als we iets beter naar de data kijken is er toch nog wel enige reden voor zorg. Het blijkt namelijk dat de kinderen die meer tijd besteden aan filmpjes kijken op de tablet of smartphone niet alleen meer tijd besteden aan gamen, maar tegelijkertijd ook aanzienlijk minder toekomen aan boekjes lezen en binnen spelen en in iets mindere mate ook aan buiten spelen. Het gebruik van media-apparaten gaat bij die

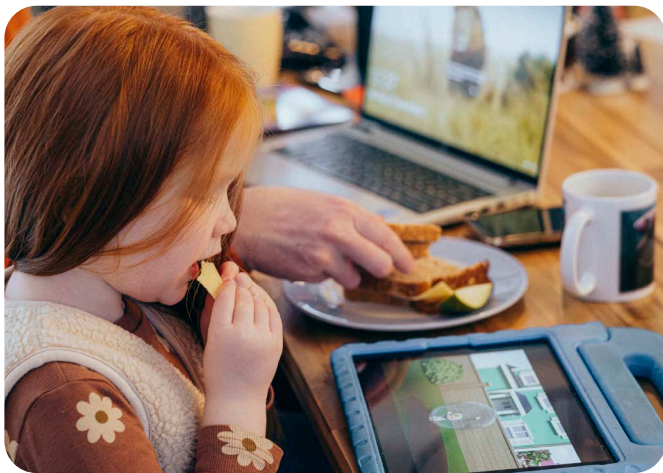


kinderen dus af van de tijd die ze met offline-activiteiten doorbrengen. Met name in gezinnen waar ouders een praktische opleiding hebben genoten speelt dit. Dat is belangrijk om in de gaten te houden, want spelen heeft net als boekjes lezen belangrijke implicaties voor hoe kinderen zich ontwikkelen. Via spel leren kinderen over de wereld en over zichzelf. En als kinderen samen met leeftijdsgenootjes spelen zoals vriendjes of broertjes of zusjes, oefenen ze hun sociale vaardigheden en ontwikkelen ze op jonge leeftijd hun executieve functies, die nodig zijn om later goed te kunnen functioneren in de maatschappij.

Wanneer en hoe kinderen media gebruiken

Voor het slapen gaan wordt driekwart van de kinderen die met analoge boekjes bezig zijn door de ouders voorgelezen. Analoge boekjes lijken daarmee een belangrijke traditionele functie te behouden. Maar onder de kinderen die naar digitale verhaaltjes luisteren doet een op de vijf dat ook

voordat ze gaan slapen. Als digitale apparaten die taak van de ouders gaan overnemen, is dat mogelijk een bedreiging voor het voorlezen. Kinderen hebben meer profijt van luisteren naar de stem van hun ouders die voorlezen dan van een standaard stem in gedigitaliseerde vorm. Ouders kunnen ook pauzeren of speciaal ingaan op wat hun kinderen op een bepaald moment willen weten, terwijl digitale verhaaltjes die flexibiliteit niet bieden. Filmpjes en TV kijken, gamen en luisteren naar digitale verhaaltjes doen de meeste kinderen in de middag of aan het eind van de middag voor het avondeten. Tijdens de lunch of het avondeten maken maar weinig kinderen gebruik van media. Maar opvallend is dat onder de kinderen die filmpjes bekijken op de TV of op een mobiel apparaat ongeveer een op de vijf dat doet tijdens het ontbijt. Bovendien laten de data ook zien dat ouders die hun kinderen tijdens het ontbijt gebruik laten maken van media vaak aangeven dat ze dan zelf een rustmoment kunnen hebben en vooral dat ze minder steun ervaren van hun partner. Mogelijk zetten deze ouders dus filmpjes in om hun kind bezig te houden omdat de partner dat niet kan of wil en zij zelf het nodige moeten organiseren om de dag goed te kunnen beginnen. Of media tijdens het ontbijt per se schadelijk zijn voor de ontwikkeling van jonge kinderen is nog niet met zekerheid te zeggen. Wel betekent het dat



kinderen dan afgeleid kunnen zijn van wat ze eten, wat door gezondheidsspecialisten als onwenselijk wordt beschouwd, en is er een grotere kans op overgewicht doordat kinderen bij schermen vaak meer en ongezonder eten. Ouders wijzen op de nadelen van mediagebruik tijdens het ontbijt zou dus wel een interessant thema kunnen zijn in de voorlichting.

Ook opvallend is dat het gebruik van de tablet of smartphone voor filmpjes kijken of videospelletjes spelen relatief veel door kinderen alleen gedaan wordt of met alleen broertjes of zusjes, maar dan wel elk met hun

eigen scherm. Bijna de helft van de ouders rapporteert dat hun kind op die manier, dus individueel met een eigen scherm, gebruikmaakt van die media. Vooral videospelletjes spelen is iets dat maar weinig met ouders samen gedaan wordt. Mogelijk kijken en spelen kinderen vaak alleen omdat ouders dan een rustmoment voor zichzelf kunnen creëren of om de handen even vrij te hebben. Maar misschien ook omdat ouders minder op hebben met filmpjes op een klein scherm kijken of met videospelletjes spelen. Samen met de ouders media gebruiken komt namelijk wel vaker voor bij TV kijken op een groter scherm; twee derde van de ouders zegt dat hun kind regelmatig met hen samen TV kijkt. Ook bij de andere digitale activiteiten komt samen met de ouders media gebruiken frequenter voor, waarschijnlijk omdat jonge kinderen dat nu eenmaal niet zelfstandig kunnen, zoals bellen of videochatten met anderen. In de praktijk zullen die momenten samen waarschijnlijk echter weinig omvang hebben, omdat kinderen gemiddeld maar weinig tijd aan die andere activiteiten besteden.

Samen media gebruiken biedt kansen

Ouders zien digitale beeldschermen veelal als plezierig voor de kinderen. Bijna de helft van de ouders laat hun kind om die reden gebruik maken van digitale media. Het biedt kinderen ontspanning en biedt tegelijkertijd bijna vier op de tien ouders de mogelijkheid om iets voor zichzelf te doen. Die opvattingen worden weerspiegeld in de mate waarin ouders aangeven dat ze media, zoals hierboven ook al aangehaald, wel of niet samen met hun kind gebruiken. Bij het grote scherm van een TV-apparaat lukt samen kijken nog wel en is het vaak een gezinstraditie. Maar bij de mobiele schermpjes van een smartphone of tablet is dat al veel lastiger, zeker als kinderen dus daarop videospelletjes spelen. Er zijn meer ouders die het leuk vinden om samen met hun kind een film(pje) te bekijken dan ouders die samen een videospelletje spelen. Slechts iets minder dan een derde van de ouders is geneigd om dat regelmatig of vaak samen met de kinderen te doen. Sowieso gebruiken ouders media vaker samen bij jongere kinderen dan bij oudere kinderen, zeker als ze nog ouder worden in de basisschoolleeftijd. Dan gaan kinderen nog vaker alleen media, en met name videospelletjes en sociale media, gebruiken, terwijl het dan nog steeds zeer zinvol is dat ouders daarbij betrokken blijven. Adviezen gericht op ouders zouden dus ook meer kunnen ingaan op het belang van betrokken zijn bij het mediagebruik van kinderen en dan met name op het samen videospelletjes spelen.

Wat ouders wel frequent doen is op afstand met hun kind meekijken wat die op TV ziet, of in de gaten houden wat er op de telefoon of tablet gebeurt. Ongeveer twee derde van de ouders doet dat regelmatig. Maar ook hier zijn er iets minder ouders die bij videospelletjes op afstand meekijken wat hun kind doet.

Zulke verschillen voor TV kijken en videospelletjes spelen zijn ook al in ander onderzoek onder ouders gevonden, wat erop duidt dat veel ouders ergens een barrière ervaren om zich in videospelletjes voor kinderen te verdiepen. Dat is jammer, want het (gezamenlijk) spelen van bij de leeftijd passende videospelletjes kan veel opleveren voor kinderen. Ze kunnen ervan leren, zelfvertrouwen kweken, en er plezier aan beleven. Die effecten zijn doorgaans groter wanneer jonge kinderen die games samen met hun ouders gebruiken of als ze weten dat hun ouders in de buurt zijn en een oogje in het zeil houden.

Wat ouders ook vaak doen is regels en afspraken instellen en handhaven. Minstens de helft van de ouders bepaalt hoeveel schermtijd hun kind op een dag heeft en bijna driekwart kiest media voor hun kinderen die bij de leeftijd van het kind passen. De meerderheid van de ouders vindt het ook goed te doen om op afstand het mediagebruik in de gaten te houden of om afspraken over schermtijd na te leven. Tegelijk is er een minderheid van de ouders die daar wel moeite mee heeft. Ongeveer een op de zeven ouders ervaart dat hun kind zich niet houdt aan de afspraken over schermgebruik. Volgens de data zijn dit vaker kinderen die door hun ouders ervaren worden als 'druk', 'minder vrolijk', 'minder sociaal', en 'grenzen opzoekend'. Kinderen die doorgaans in de opvoeding meer aandacht nodig hebben en waar ouders niet altijd makkelijk aan toekomen, of kinderen die vooral de grenzen opzoeken van wat mag of niet mag.

Iets minder dan de helft van de ouders zegt dat ze wel regelmatig uitleg geven aan hun kind hoe ze met media om moeten gaan of over wat ze er tegen kunnen komen. Twee derde van de ouders zegt ook regelmatig of vaak interesse te tonen in wat kinderen online doen of zien. Dat lijkt iets meer dan dat ouders dat vorig jaar aan gaven, maar ook hier geldt dat ouders die minder interesse tonen of uitleg geven over wat kinderen online tegen kunnen komen hun kinderen vaker als 'druk', 'minder vrolijk', 'minder sociaal', of 'minder goed op school of opvang' ervaren. Voorlichting en adviezen gericht op mediaopvoeding zouden daarom vooral meer oog moeten hebben voor gezinnen waar de opvoeding minder vanzelfsprekend verloopt en waar ouders meer moeite hebben om aan mediaopvoeding te doen.

Mediaopvoeding

Bij jonge kinderen spelen ouders een belangrijke rol in hun mediagebruik. Dat zit niet alleen in het wel of niet samen gebruikmaken van media. Ook het eigen gebruik van ouders speelt hier een grote rol. Ruim een kwart van de ouders vindt het moeilijk om thuis het goede voorbeeld te geven met hun eigen mediagebruik en ruim een derde geeft aan dat ze geneigd zijn steeds zelf hun telefoon te checken in het bijzijn van hun kind. Die percentages zijn iets gunstiger dan vorig jaar toen nog meer ouders aangaven dat ze moeite hebben met het goede voorbeeld geven met hun eigen telefoon. Desalniettemin blijven veel ouders dit ingewikkeld vinden en van alle onderdelen van de mediaopvoeding, blijkt de **voorbeeldfunctie** voor ouders het lastigst. Dat is belangrijk om te weten, want jonge kinderen kijken bij uitstek naar hun ouders om dingen te leren. Als een ouder vaak op de telefoon zit, wekt dit de indruk bij het kind dat dit een belangrijk en leuk apparaat is. En zullen ze dat zelf ook graag willen gebruiken. De resultaten van het onderzoek laten echter ook zien dat het voor ouders makkelijker lijkt om geen digitale media te gebruiken als dit tijdens een concreet moment is, zoals samen eten, dan op andere momenten op de dag. Hier ligt een kans voor de advisering: om hun voorbeeldrol goed in te kunnen vullen, kan het helpend zijn als ouders duidelijke afspraken met elkaar en het gezin maken over wanneer media wel en niet worden gebruikt. Slechts de helft van de ouders praat regelmatig met hun partner over hun eigen mediagebruik en welk voorbeeld ze hun kind daarmee geven. Daar is dus zeker nog winst te behalen. Wat betreft de algemene mediaopvoeding ervaren de meeste ouders gelukkig wel steun van hun partner en hebben ze het gevoel dat ze samen de mediaopvoeding goed aankunnen.

Kennis is een belangrijke factor in alle vormen van opvoeding, dus ook bij mediaopvoeding. De meeste ouders geven aan dat ze voldoende weten over wat voordelen van mediagebruik zijn en wat hun kind zo leuk vindt aan digitale media. Ouders zien vooral kansen op het gebied van het leren van de Engelse taal, plezier en probleemoplossend vermogen. Als risico's benoemen ze met name dat mediagebruik verslavend is en slecht voor de ogen en beweging. Kennis zet zich echter niet altijd om in **gedrag**. Hoewel we weten dat TV kijken op afstand beter is voor de ogen dan dichtbij op een smartphone of tablet, kiest bijna de helft van de ouders toch niet bewust voor een groot scherm als ze samen met hun kind media gebruiken. En deze keuze speelt ook een rol in hoeveel kinderen bewegen. Uit het [Iene Miene Media onderzoek van 2023](#) bleek dat kinderen die TV kijken meer in beweging zijn, dan kinderen die achter een kleiner scherm zitten. In dit onderzoek uit

2025 geeft bijna een derde van de ouders ook aan dat ze hun kind digitale media laten gebruiken, omdat ze niet willen dat hij of zij een buitenbeentje is. Het kan dus zijn dat ouders wel weten wat gezond of niet gezond is, maar dat ze zich in hun keuzes ook door hun omgeving laten beïnvloeden. Het is daarom interessant om te verkennen hoe ouders nog beter ondersteund kunnen worden in het vinden van een goede balans in het mediagebruik van hun kinderen. Algemene campagnes kunnen ingezet worden, maar ook beroepskrachten die regelmatig met ouders te maken hebben of die een rol spelen bij de educatie of opvang van kinderen kunnen meer gericht gesprekken aangaan met ouders. Bovendien, wanneer er informatie gedeeld wordt, bijvoorbeeld in campagnes of tijdens ouderavonden, moet niet alleen kennis overgebracht worden, maar moet die kennis ook aan een concrete handeling gekoppeld worden. Zo wordt kennis makkelijker omgezet in gedrag.



De meeste ouders (72%) geven aan dat ze voldoende weten wat hun kind online of op een scherm doet. En bijna twee derde van de ouders geeft aan voldoende tijd te hebben om hun kind te kunnen begeleiden bij mediagebruik. Voldoende aandacht voor mediaopvoeding is nodig op deze leeftijd. Digitale media zijn complex en ze zijn nauw verbonden met allerlei aspecten van ons leven. Op jonge leeftijd leren hier een gezonde balans in te vinden, heeft voordelen voor de rest van het leven van kinderen. Ouders die aangeven onvoldoende te weten wat hun kind doet in de digitale wereld of het gevoel hebben onvoldoende tijd te hebben hun kinderen hierin te begeleiden, kunnen een extra steuntje in de rug gebruiken. Kan hun omgeving ze hierin helpen? Of hebben ze meer concrete tips en adviezen nodig om hiermee aan de slag te gaan? Dit onderzoek laat echter ook zien dat alle ouders nog met vragen zitten,

ook de ouders die aangeven wel voldoende tijd en kennis te hebben. De top 5 opvoedvragen van ouders in dit onderzoek waren:

1. Hoe ga ik om met cyberpesten en online gevaar?
2. Wanneer is het gepast om kinderen toegang te geven tot sociale media en smartphones?
3. Hoe beperk ik schermtijd en voorkom ik verslaving?
4. Hoe beïnvloeden sociale media-influencers het zelfbeeld van kinderen?
5. Wat zijn de lange-termijn effecten van digitale media op gezondheid en ontwikkeling?

Het valt op dat veel van deze vragen meer gaan over mediaopvoeding als hun kinderen ouder zijn. Ouders lijken zich nu dus al bezig te houden met het omgaan met risico's in de toekomst. Bijna twee derde van de ouders van jonge kinderen gaf bijvoorbeeld ook aan graag te zien dat Kijkwijzer leeftijdsadviezen voor sociale media geeft, die doorgaans pas door oudere kinderen gebruikt worden.

Op sommige van de top 5 opvoedvragen hebben we al antwoorden, zie bijvoorbeeld [mediawijsheid.nl](https://www.mediawijsheid.nl). Voor andere vragen is meer onderzoek nodig, of is er geen eenduidig antwoord te geven. Individuele factoren, zoals ontwikkelingen op het gebied van zelfbeeld, weerbaarheid en emotieregulatie, spelen bijvoorbeeld een rol in welk effect sociale media op het [welzijn van een jongere heeft](#). Het is daarom belangrijk dat ouders goed naar de ontwikkeling van hun eigen kind blijven kijken en bij vragen met opvoedondersteuners kijken wat de beste keuze is voor hun kind en hun gezin.

Advies en ondersteuning

De meeste ouders ontvangen weleens **tips of adviezen** van anderen voor het begeleiden van het mediagebruik van hun kinderen. Bij bijna de helft van de ouders komt dit advies van hun partner. Bij 20 tot 30% zijn dit andere naasten, zoals vrienden, kennissen, ouders of schoonouders. Daarnaast geeft een op de vijf ouders aan dat de school of opvang hen enige ondersteuning biedt. Andere instanties en nieuwsbronnen worden minder geraadpleegd, hoewel ongeveer 40% van de ouders aangeeft makkelijk online goede tips te vinden en deze tips ook heel bruikbaar te vinden. Het lijkt dat vooral de nabije omgeving van ouders een belangrijke plek is om informatie en ondersteuning te ontvangen. Om ouders goed te kunnen helpen, is het daarom nodig om de nabije omgeving de juiste kennis en vaardigheden te bieden om

ondersteuning te kunnen geven. Hiervoor is het belangrijk dat we meer (op effectiviteit getoetste) materialen beschikbaar maken voor deze groep. Maar ook dat in elk netwerk de juiste sleutelpersonen gedetecteerd worden, zodat professionals hen kunnen voeden met kennis en handelingsperspectieven. Tegelijkertijd is het ook goed om te kijken hoe andere organisaties een grotere rol kunnen spelen, zoals het consultatiebureau, de bibliotheek of huisartsen, zeker voor ouders die een minder groot sociaal netwerk hebben of waar de opvoeding meer uitdagend is.

Ruim een kwart van de ouders geeft ook aan geen tips of adviezen te ontvangen. Mogelijk zijn deze ouders niet actief op zoek naar ondersteuning of komen tips en adviezen uit hun omgeving niet aan, ondanks dat ze die wel zouden kunnen gebruiken. Dat is belangrijk om in de gaten te houden, want het krijgen van advies lijkt wel een positieve factor voor de mediaopvoeding. In dit onderzoek gaven ouders die advies krijgen aan dat ze beter zijn in het reguleren en begeleiden van het digitale gedrag van hun kinderen. Ze stellen vaker regels, monitoren actiever, en waarschuwen vaker voor ongepaste inhoud. Allemaal belangrijke onderdelen van de mediaopvoeding.

In dit onderzoek zijn ouders ook bevraagd over de rol van **techbedrijven**. Slechts een kwart van de ouders heeft het gevoel dat techbedrijven hen helpen bij de mediaopvoeding van hun kind. Het is de vraag waarom andere ouders dit niet zo ervaren. Bijna zes op de tien ouders vinden namelijk ook dat grote techbedrijven wel hun verantwoordelijkheid moeten pakken en ouders moeten helpen met de opvoeding op het gebied van digitale media. Misschien dat ouders de steun missen omdat ze de tools die de bedrijven aanbieden aan ouders niet kennen of omdat ze deze niet als helpend beschouwen. Mogelijk ook vertrouwen ze het aanbod van bedrijven niet. Hier is dus meer onderzoek naar nodig.

Ook voor de **overheid** zien ouders een rol. Slechts 18% ervaart duidelijke regelgeving vanuit de overheid over digitaal mediagebruik van kinderen, terwijl ouders wel vinden dat de overheid een verantwoordelijkheid heeft. Zo vindt vier op de tien ouders dat de overheid richtlijnen moet opstellen over de schermtijd voor kinderen en de helft van de ouders geeft aan dat de overheid moet zorgen dat ouders duidelijke opvoedtips krijgen over digitale media en kinderen. De Staatssecretaris Jeugd en Preventie van VWS heeft aangegeven in de zomer van 2025 te komen met een advies voor een minimumleeftijd voor sociale media en informatie over aanbevolen **schermtijd**. Belangrijk

hierbij is dat enerzijds ouders tegemoet worden gekomen in hun behoefte aan richtlijnen, maar anderzijds dat deze richtlijnen ook wel gestoeld zijn op wetenschappelijke kennis en dat ze in de praktijk goed aangeboden kunnen worden door beroepskrachten, zoals bij de bibliotheek, het onderwijs, de opvang, of bijvoorbeeld consultatiebureaus.

Conclusie

Al met al laat de monitor wederom zien dat ook jonge kinderen al een belangrijke doelgroep zijn in de gedigitaliseerde samenleving. Hoewel we voorzichtig optimistisch kunnen zijn dat kinderen bij elkaar nu gemiddeld wat minder tijd met schermen doorbrengen, is die dagelijkse schermtijd nog steeds substantieel. Ukkies zijn vooral bezig met het bekijken van allerlei filmpjes en programma's op TV of op kleine schermen en zetten hun eerste stapjes in de wereld van videospelletjes. Dat doen ze relatief vaak alleen, al dan niet met een ouder op afstand. Vooral kinderen die bovenmatig veel tijd aan digitale schermen besteden, doen vaker minder offline activiteiten als spelen, zijn vaker 'druk', en hebben ouders die meer moeite hebben om afspraken over schermtijd te hanteren. Zeker in die gezinnen verdient het mediagebruik van jonge kinderen en hun mediaopvoeding dus alle aandacht.

Hoewel een grote groep ouders aangeeft dat ze de mediaopvoeding goed aankunnen, weten we dat kennis zich niet altijd omzet in gedrag. Opvoeden in de digitale samenleving is een uitdaging. Daarnaast is de voorbeeldrol die ouders hebben vaak nog het lastigst om in te vullen. En onder alle ouders leven nog vragen over mediaopvoeding. Deze vragen lijken met name te gaan over het omgaan met risico's die hun kinderen op oudere leeftijd tegen kunnen komen. Hier valt nog veel te behalen: in het ondersteunen van ouders die nog moeite hebben met de mediaopvoeding, in het bieden van concrete handelingsperspectieven voor ouders en in het ervoor zorgen dat de juiste informatie bij de juiste ouder terechtkomt. Inzetten op de nabije omgeving waar de meeste hulpbronnen zich bevinden, is één manier. Daarnaast is het goed na te denken over hoe maatschappelijke organisaties, de overheid en techbedrijven ieder hun steentje kunnen bijdragen. Met als doel dat ieder kind op een gezonde manier gebruik kan maken van digitale media: profiterend van de voordelen en beschermd tegen risico's.



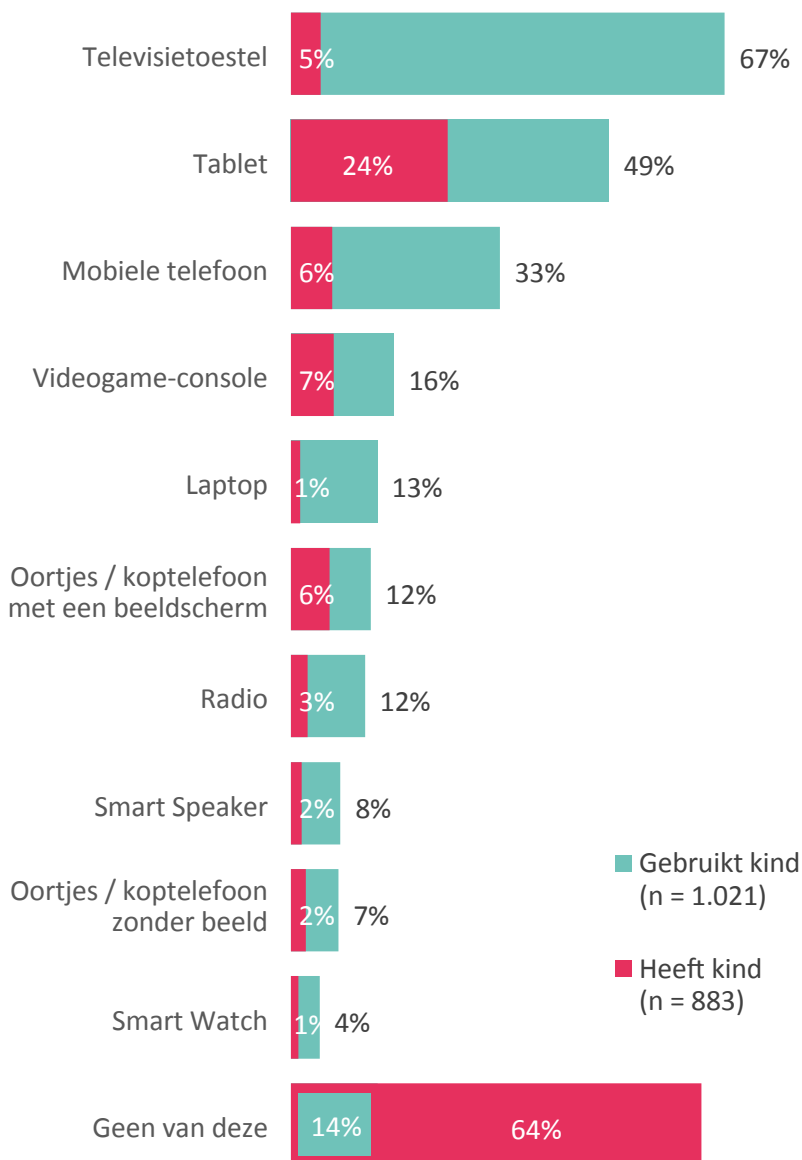
Mediagebruik en -impact

Hoe gebruiken kinderen van 0 tot en met 6 jaar digitale media en wat zijn volgens ouders de belangrijkste kansen en risico's hiervan?



Kinderen gebruiken vooral televisie, tablets en mobiele telefoons en ongeveer eenderde van kinderen heeft een eigen apparaat

Van welke media-apparaten maakt uw kind regelmatig gebruik?



- Naarmate kinderen ouder worden, neemt het gebruik van digitale apparaten, zoals tablets, smartphones en videogame-consoles, sterk toe. Dit geldt vooral voor kinderen van vijf en zes jaar.



- Tablet en televisie blijven populaire apparaten, maar videogame-consoles beginnen steeds meer een rol te spelen naarmate kinderen ouder worden.



- Het bezit van apparaten zoals tablets en videogame-consoles neemt toe naarmate kinderen ouder worden, hoewel het bezit van bijvoorbeeld een mobiele telefoon en een smartwatch relatief laag blijft voor de jongere leeftijden.



- Kinderen met ouders met een basis-, LBO-, of VMBO-opleidingsniveau gebruiken en bezitten meer technologie, terwijl kinderen met ouders met een HBO- of universitair opleidingsniveau minder vaak apparaten bezitten en gebruiken.



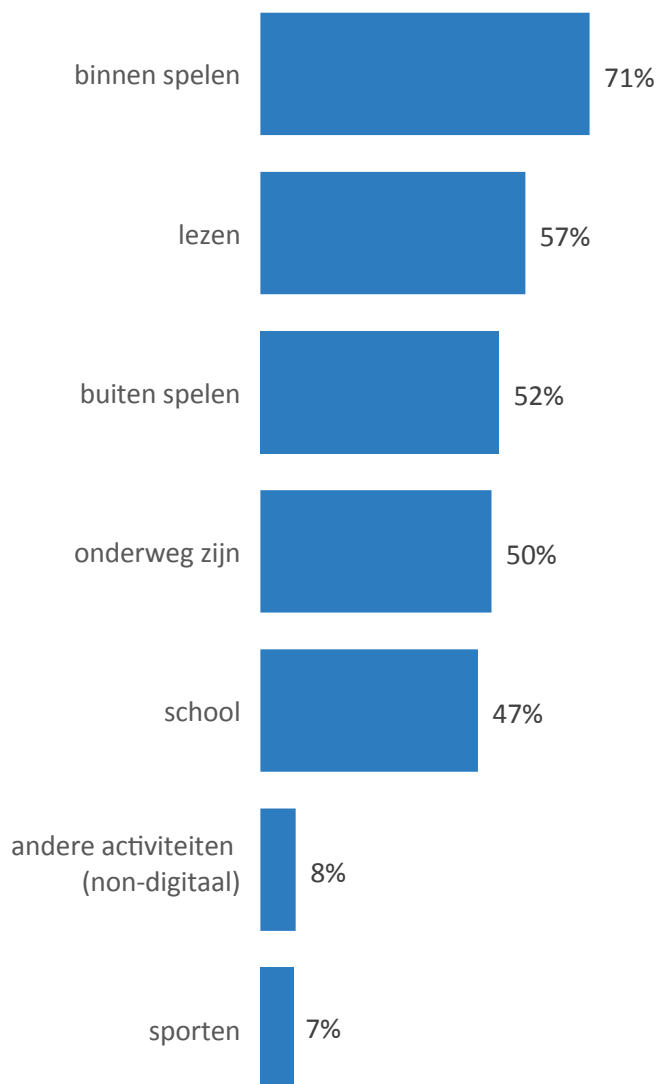
- Kinderen in een eenoudergezin maken vaker gebruik van mobiele telefoons en tablets.



Kinderen van 0 t/m 6 jaar hebben het meest non-digitale activiteiten, zoals lezen en spelen, ondernomen



% activiteiten ondernomen – non-digitaal



- Doordeweeks wordt meer tijd besteed aan spelen of lezen dan in het weekend, maar ook in het weekend wordt hier het meest tijd aan besteed.



- Meisjes en jongens ondernemen activiteiten ongeveer even vaak, maar er is wel een verschil in tijdsbesteding. Jongens besteden meer tijd aan sporten, terwijl meisjes meer tijd besteden aan onderweg zijn en lezen.

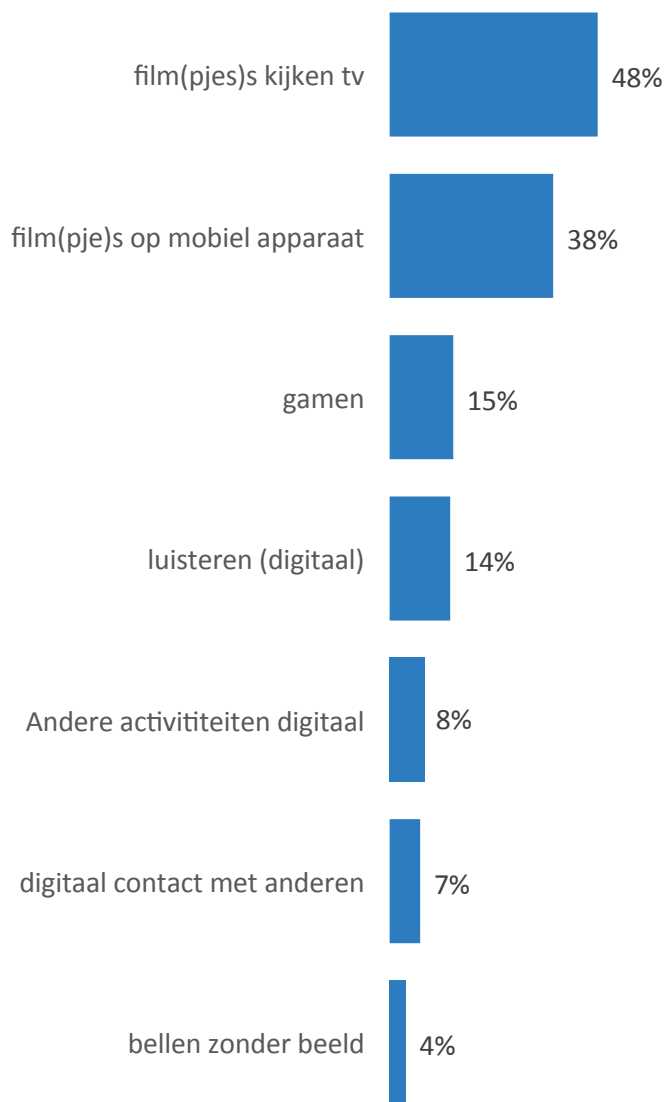


Basis: alle respondenten (n=1.021)



Van de digitale activiteiten worden voornamelijk film(pje)s gekeken, zowel op tv als op andere mobiele apparaten

% activiteiten ondernomen – digitaal



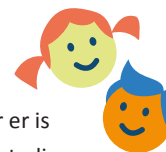
- In het weekend ondernemen kinderen vaker digitale activiteiten zoals gamen en films kijken op mobiele apparaten dan doordeweeks.



- Digitale activiteiten nemen toe naarmate kinderen ouder worden, vooral bij films streamen, gamen, en digitaal contact. Kinderen van zes jaar ondernemen de meeste digitale activiteiten. Voor non-digitale activiteiten zien we dit verschil niet.



- Meisjes en jongens ondernemen activiteiten ongeveer even vaak, maar er is wel een verschil in tijdsbesteding. Jongens besteden meer tijd aan digitale activiteiten over het algemeen, vooral bij hobby-activiteiten op de telefoon en digitaal contact.



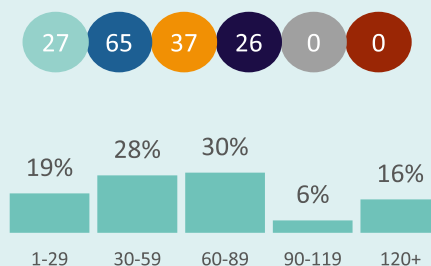
Basis: alle respondenten (n=1.021)

Als kinderen van 0 t/m 6 jaar tijd besteden aan digitale media, wordt de meeste tijd aan het kijken van filmpjes en gamen besteed

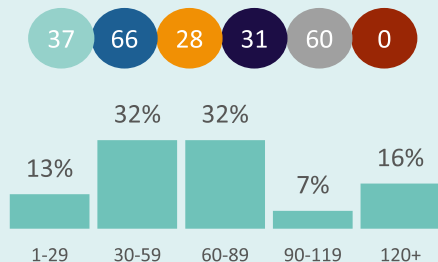
Tijdsbesteding digitale activiteiten (in minuten)



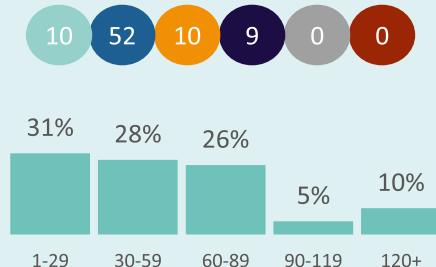
Film(pje)s mobiel apparaat



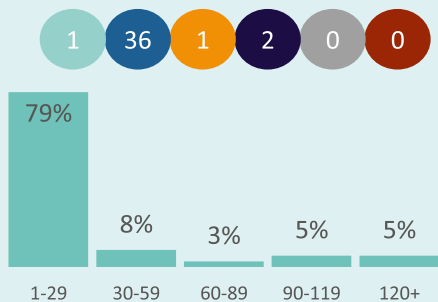
Film(pje)s TV



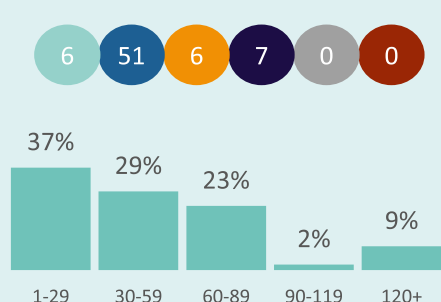
Gamen



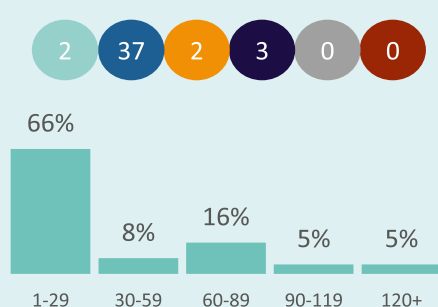
Bellen zonder beeld



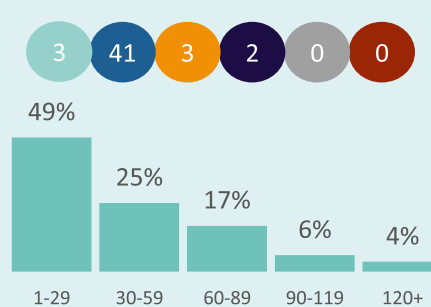
Luisteren (digitaal)



Digitaal contact met anderen



Andere activiteiten digitaal



Basis: alle respondenten (n=1.021)

Kinderen van 0 t/m 6 jaar besteden meer tijd aan non-digitale activiteiten dan digitale activiteiten, waarbij vooral veel binnen wordt gespeeld

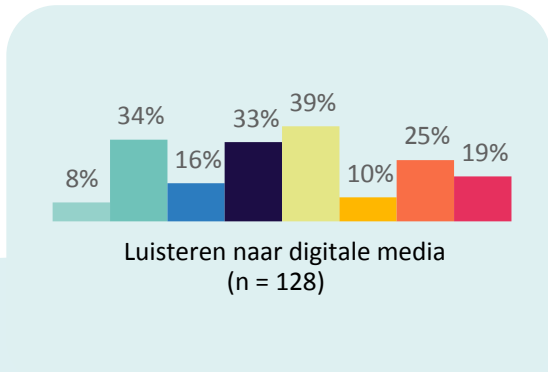
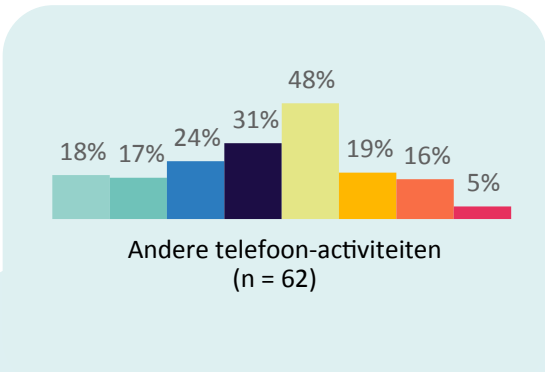
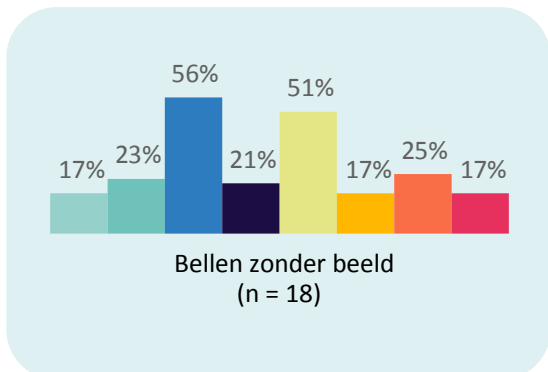
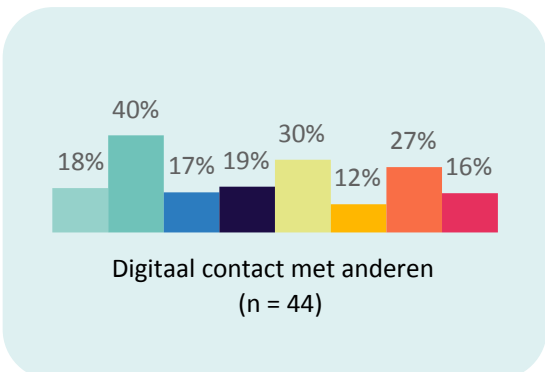
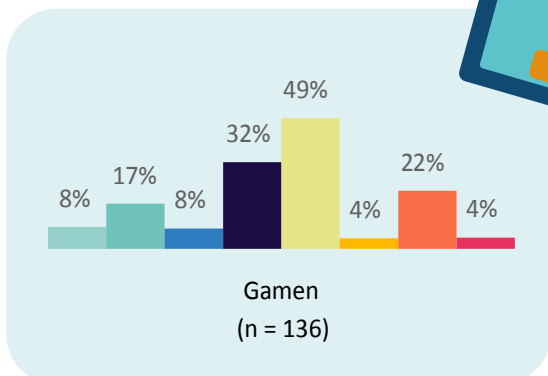
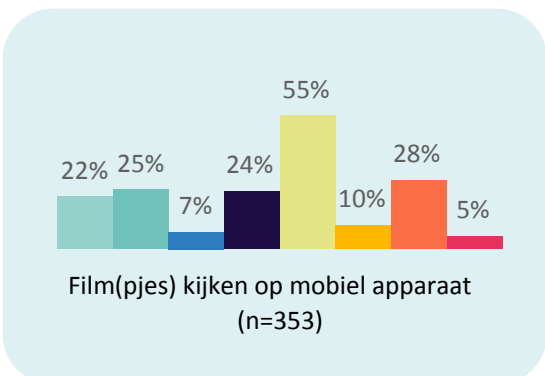
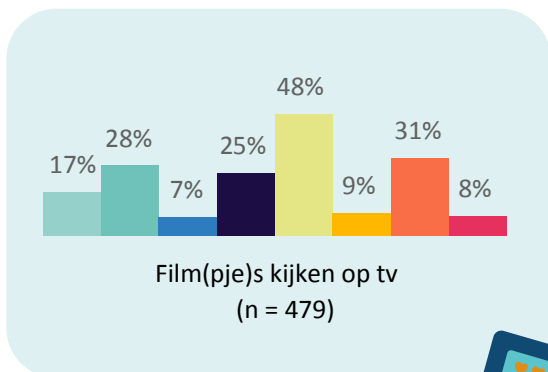
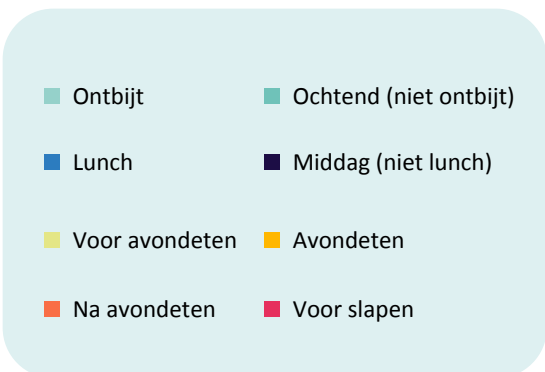
Tijdsbesteding non-digitale activiteiten (in minuten)



Basis: alle respondenten (n=1.021)

Kinderen gebruiken media meestal niet tijdens het eten, maar juist voor het avondeten. Echter, telefoon-activiteiten gebeuren relatief vaak bij lunch en ontbijt

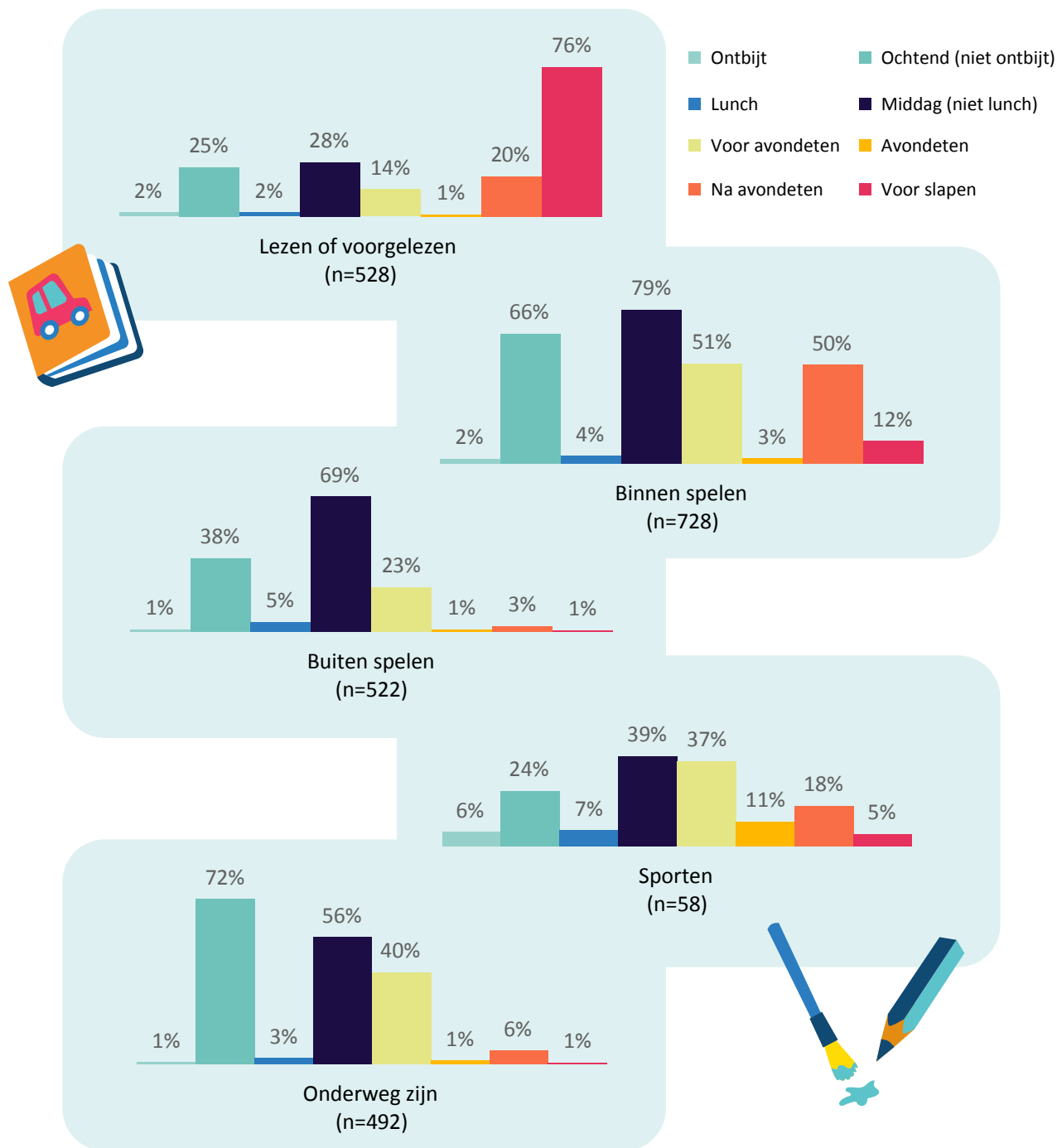
Digitale media activiteiten per dagdeel



Basis: alle kinderen die de activiteit ondernomen hebben

De meeste non-digitale media-activiteiten vinden plaats in de middag en avond, waarbij lezen het vaakst vóór het slapengaan gebeurt

Non-digitale media activiteiten per dagdeel

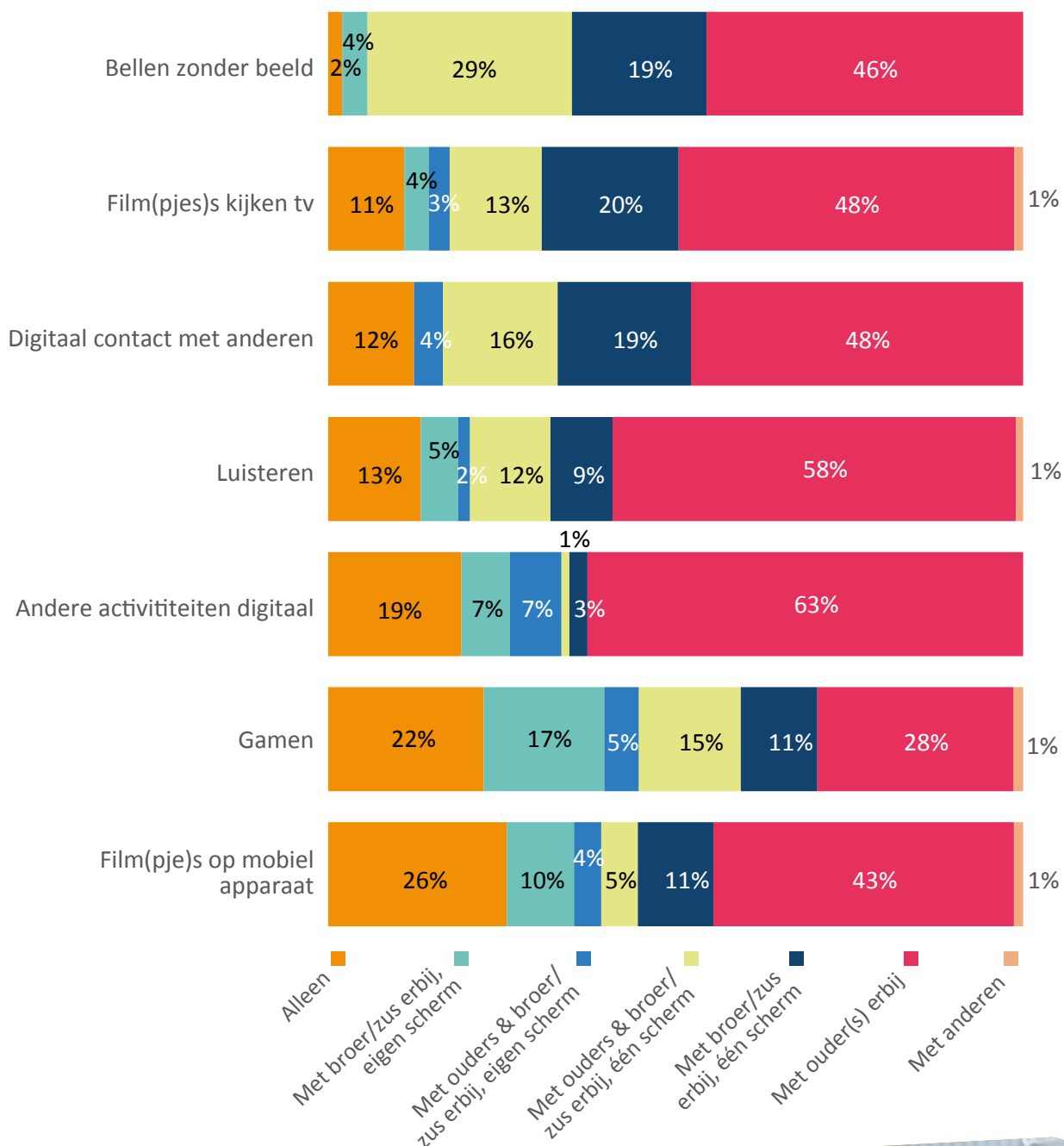


Basis: alle kinderen die de activiteit ondernomen hebben

Kinderen van 0 tot en met 6 jaar doen de meeste digitale activiteiten samen met de ouders, maar gamen en kijken filmpjes op de mobiel ook vaak alleen of met broertjes of zussen



Met wie heeft uw kind deze digitale activiteiten uitgevoerd?

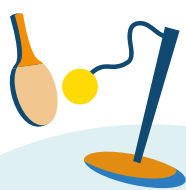
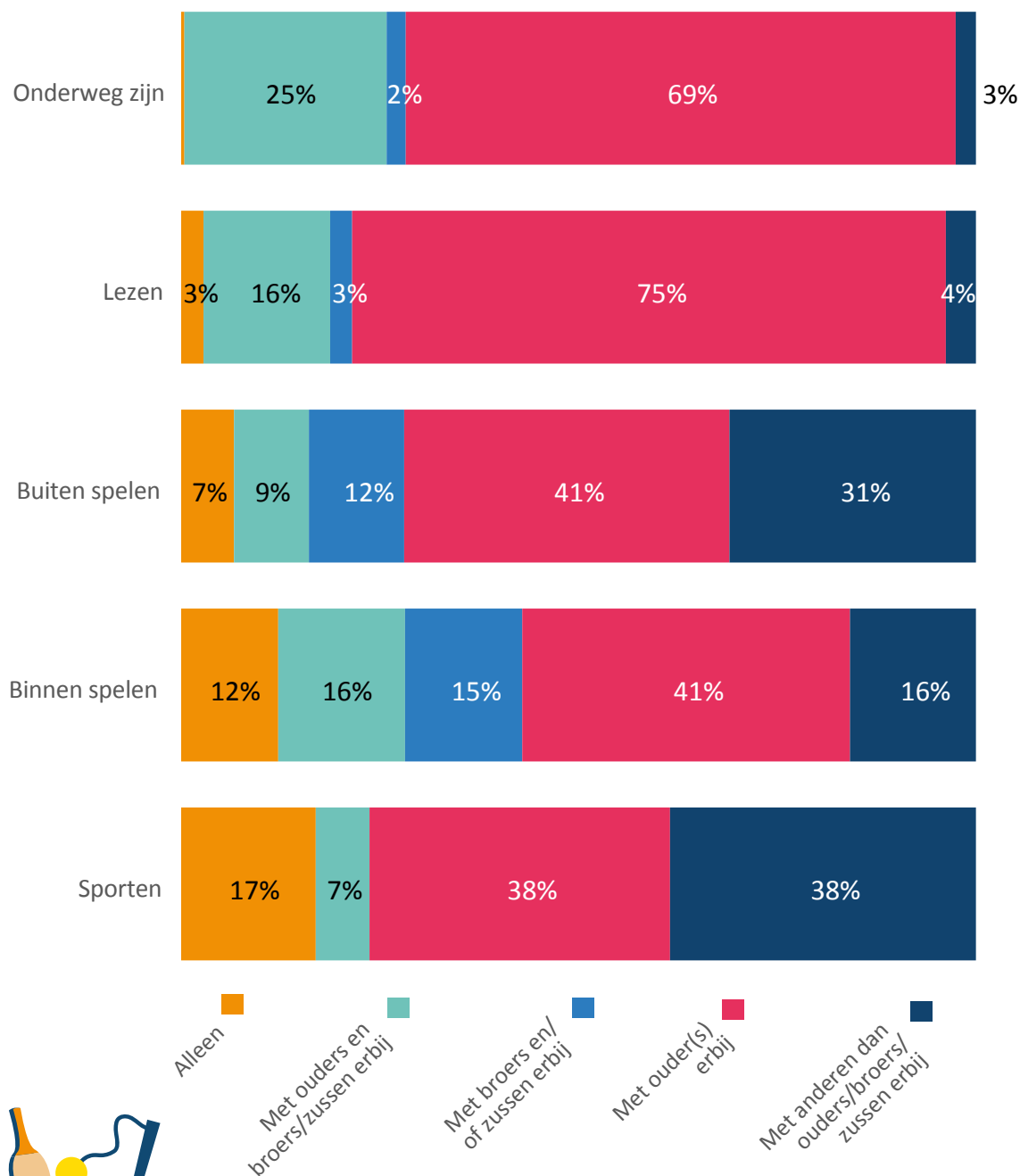


Basis: alle respondenten (n=1.021)



Kinderen van 0 t/m 6 jaar voeren non-digitale activiteiten meestal samen met hun ouders uit, en een derde speelt ook met mensen buiten het gezin

Met wie heeft uw kind deze non-digitale activiteiten uitgevoerd?



Basis: alle respondenten (n=1.021)

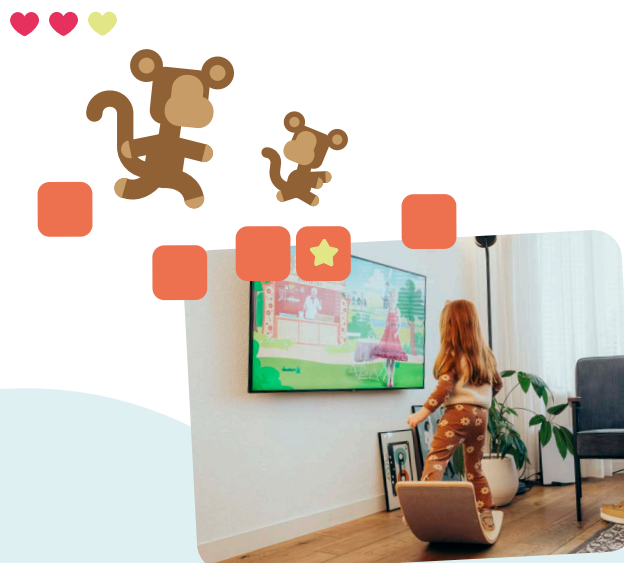
Ouders maken zich zorgen over digitale verslaving, ongepaste content, de invloed van sociale media en privacy, en zoeken naar manieren om bescherming te bieden*

Wat zijn voor u belangrijke redenen om uw kind soms alleen of alleen met broertjes of zusjes media te laten gebruiken?

- 1. Tijd voor andere verplichtingen** – Bijvoorbeeld om te koken, werken, of het huishouden te doen.
- 2. Ontspanning voor het kind** – Media biedt vermaak en rustmomenten, waardoor het kind zichzelf kan vermaken.
- 3. Zelfstandigheid stimuleren** – Kinderen leren zelfstandig omgaan met media en ontwikkelen digitale vaardigheden.
- 4. Rustmoment voor de ouder** – Even tijd voor zichzelf, bijvoorbeeld om te ontspannen of op te laden.
- 4. Educatieve waarde** – Sommige media bieden leerzame inhoud, zoals taal- of rekenoefeningen, waardoor het kind iets nieuws kan leren.

En wat zijn voor u belangrijke redenen om samen met uw kind media te gebruiken?

- 1. Toezicht en controle:** Ouders willen weten wat hun kinderen bekijken om hen veilig te begeleiden.
- 2. Samen tijd doorbrengen:** Gezamenlijke activiteiten zoals films kijken en spelletjes spelen versterken de band.
- 3. Onderwijs en ontwikkeling:** Digitale media worden gebruikt om kinderen op een leuke manier iets te leren.
- 4. Veiligheid en bescherming:** Ouders kiezen zorgvuldig programma's en apps om schadelijke inhoud te vermijden.
- 5. Gezelligheid en binding:** Gezamenlijke momenten creëren verbinding en versterken de relatie.



* Dit is een samenvatting van de gegeven open antwoorden.

Basis: alle respondenten (n=1.021)



Mediaopvoeding en uitdagingen voor ouders

Hoe begeleiden ouders het mediagebruik van hun kinderen, en welke uitdagingen ervaren zij daarbij?



Ouders gebruiken digitale media vooral voor plezier en ontspanning, maar naarmate hun kinderen ouder worden, komt het educatieve aspect meer op de voorgrond

Waarom laat u uw kind gebruikmaken van digitale media?



- Ouders van oudere kinderen gebruiken media vaker voor ontspanning, plezier, concentratie, afleiding, rust en verveling dan ouders van jongere kinderen.



- Niet-Nederlandse ouders gebruiken digitale media meer om hun kind te laten spelen en het verkrijgen van eigen rust, terwijl Nederlandse ouders het meer inzetten voor ontspanning en het zelfstandig bezig zijn van hun kind.



- Ouders met een basis-, LBO-, of VMBO-opleiding gebruiken digitale media vaker om hun kinderen bezig te houden en te laten ontspannen, met een sterkere focus op het voorkomen van verveling. Ouders met een havo/vwo-, MBO-, HBO- of universitaire opleiding gebruiken digitale media vaker om zelf even iets te kunnen doen.



- Eenoudergezinnen gebruiken media vaker voor afleiding en digitale ontdekking van het kind, meeroudergezinnen meer voor ontspanning en zelfreflectie.

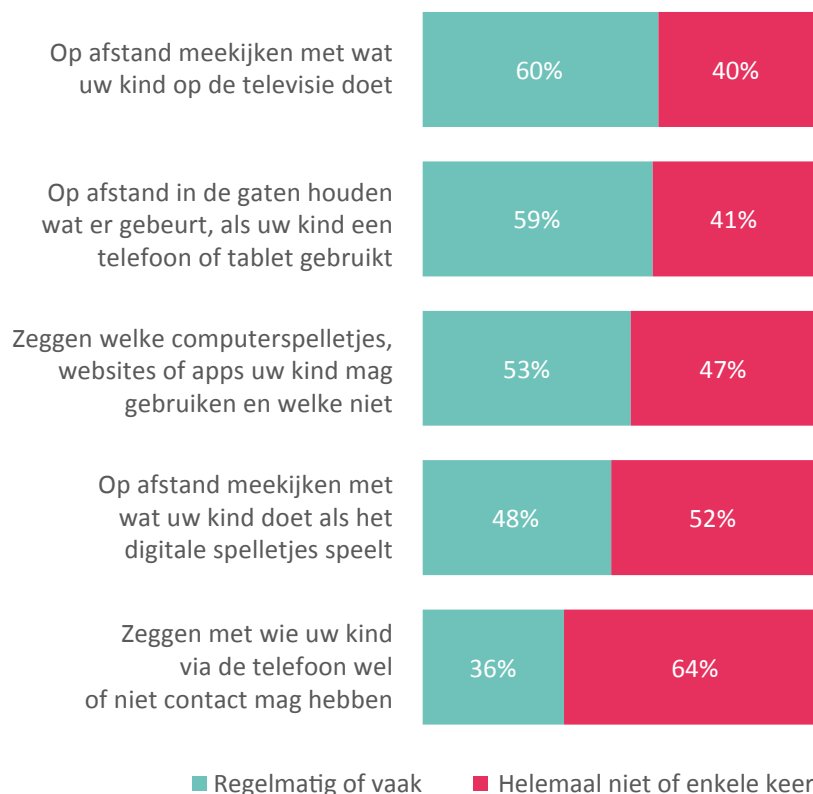


Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders houden het mediagebruik van kinderen in de gaten, maar zeggen niet vaak met wie kinderen wel of niet contact mogen hebben

Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Supervisie houden



- Ouders controleren vaker de digitale activiteiten naarmate kinderen ouder worden, met een sterkere focus op met wie hun kinderen contact hebben en wat ze doen op hun apparaten.



Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren.

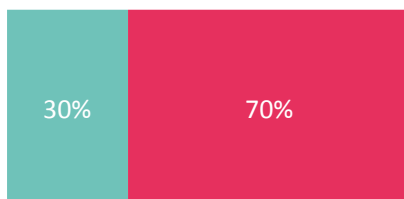
Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders gebruiken zelden apps om het gedrag van hun kinderen te volgen of onbewust hun activiteiten te controleren

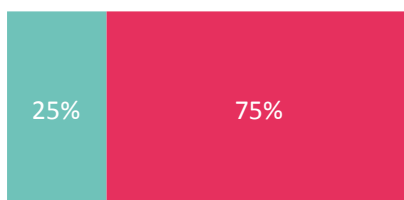
Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Controleren

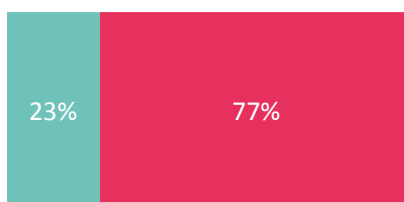
Met medeweten van uw kind, op de telefoon of tablet achteraf controleren wat uw kind daar heeft gedaan



Via een app volgen wat uw kind op zijn of haar telefoon doet of waar hij of zij is



Op de telefoon of tablet teruglezen met wie uw kind contact heeft gehad, zonder dat uw kind dit weet



■ Regelmatig of vaak ■ Helemaal niet of enkele keer

- Ouders met een niet-Nederlandse herkomst controleren vaker het mediagebruik van hun kinderen dan ouders met een Nederlandse herkomst.



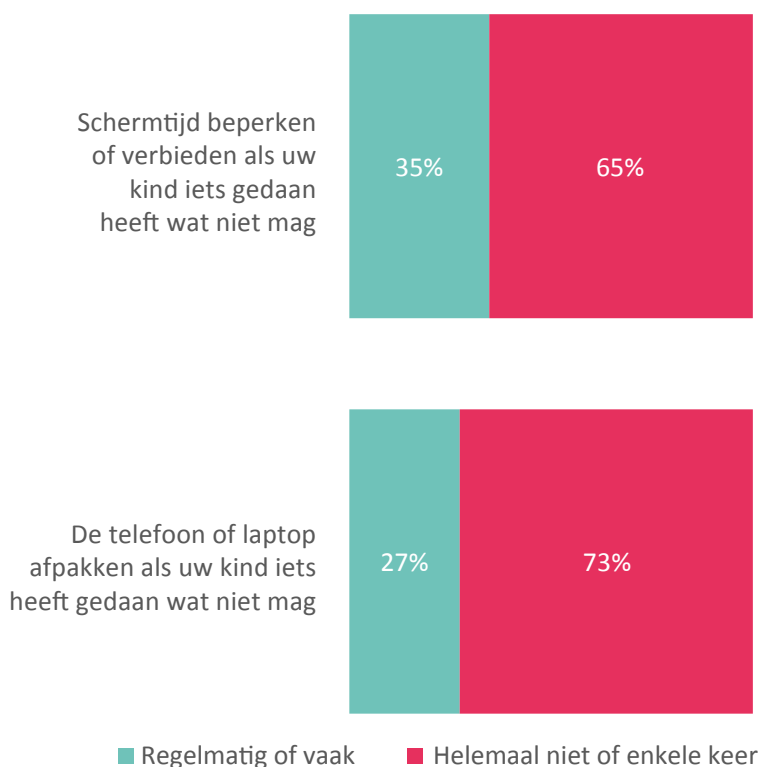
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Een grote meerderheid van ouders legt geen restricties op schermtijd of digitale apparaten als een kind iets gedaan heeft wat niet mag

Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Restricties opleggen



- De toepassing van restricties op digitale apparaten neemt af naarmate kinderen ouder worden. Ouders stellen restricties voornamelijk in de jongere jaren, vooral rond schermtijd.



- Ouders met een niet-Nederlandse herkomst stellen vaker duidelijke regels en beperkingen in het gebruik van digitale media.



- Ouders met een basis-, LBO-, of VMBO-opleiding leggen vaker restricties op, zoals het afpakken van apparaten of het beperken van schermtijd dan ouders met een HBO- of universitair opleidingsniveau.



- Meisjes krijgen vaker restricties opgelegd dan jongens, zoals het beperken van schermtijd of ongepaste media.



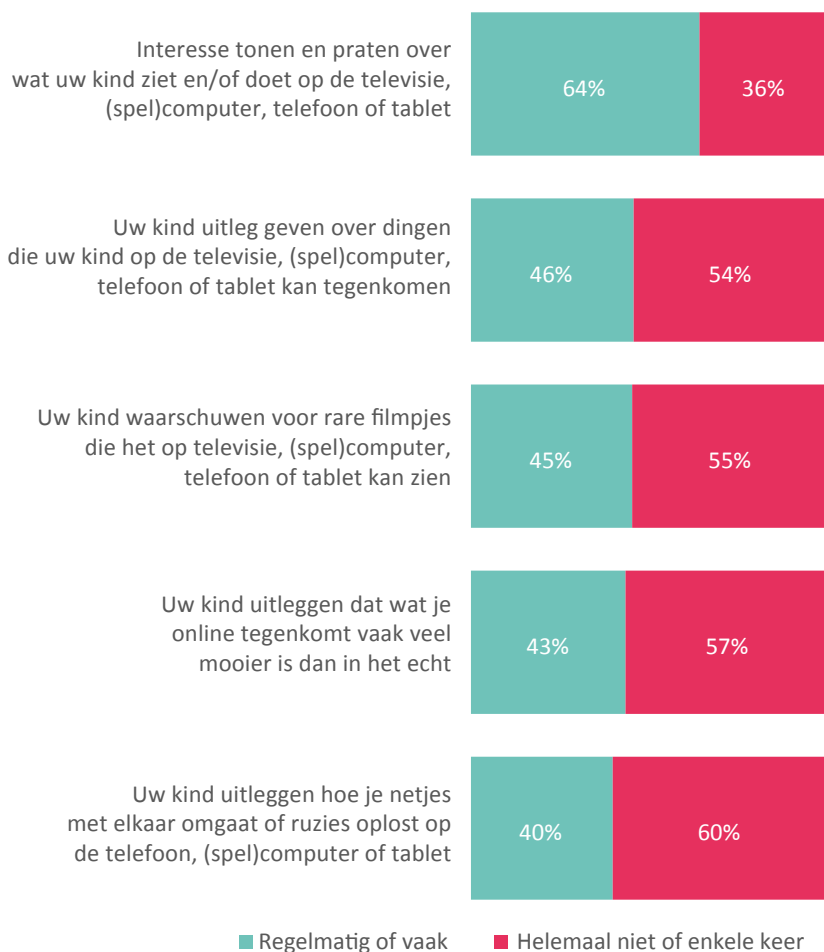
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Meer dan de helft van de ouders legt niet uit hoe je netjes omgaat op digitale apparaten of waarschuwt niet voor de gevaren van digitaal gedrag

Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Betrokkenheid en uitleg



• Ouders bieden minder uitleg naarmate kinderen ouder worden. Bij jongere kinderen geven ouders meer uitleg over digitale gevaren en hoe om te gaan met online interacties.



• Nederlandse ouders houden over het algemeen vaker supervisie over hun kinderen dan ouders met een niet-Nederlandse herkomst.



• Ouders met een basis-, LBO-, of VMBO-opleidingsniveau zijn vaker betrokken bij het uitleggen en waarschuwen van hun kinderen dan ouders met HBO/WO-opleidingsniveaus.



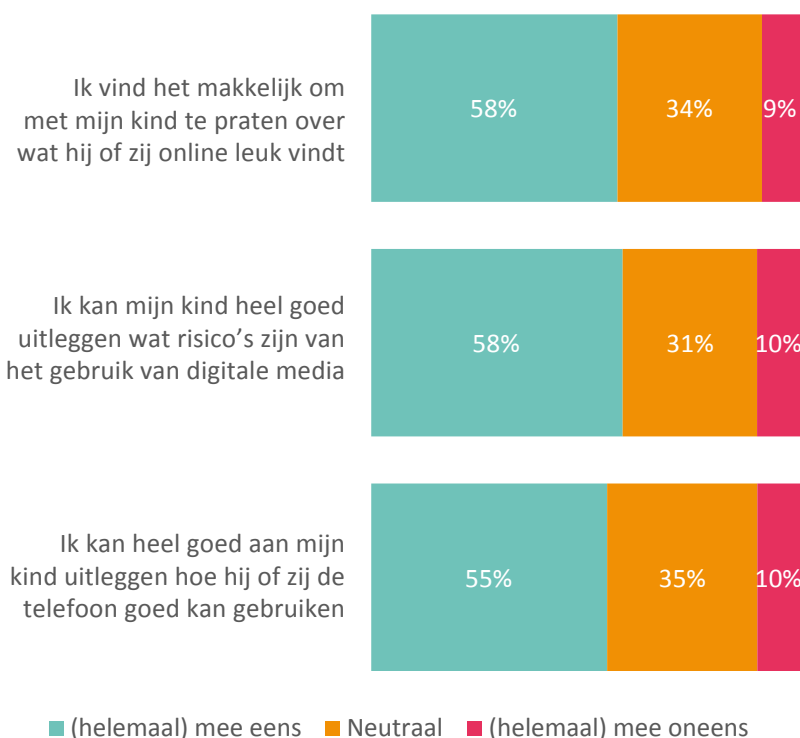
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Meer dan de helft van ouders voelt zich zelfverzekerd in het geven van uitleg over digitale media

In hoeverre **bent u het eens** met de volgende uitspraken?

Uitleg kunnen geven



- Ouders met een HBO- of universitaire opleidingsachtergrond geven aan minder vertrouwen te hebben in het uitleggen van digitale media, terwijl ouders met een andere opleidingsachtergrond zich vaak meer capabel voelen om uitleg te geven.



Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 10. In bijlage 2 is een overzicht te zien van alle stellingen over de opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

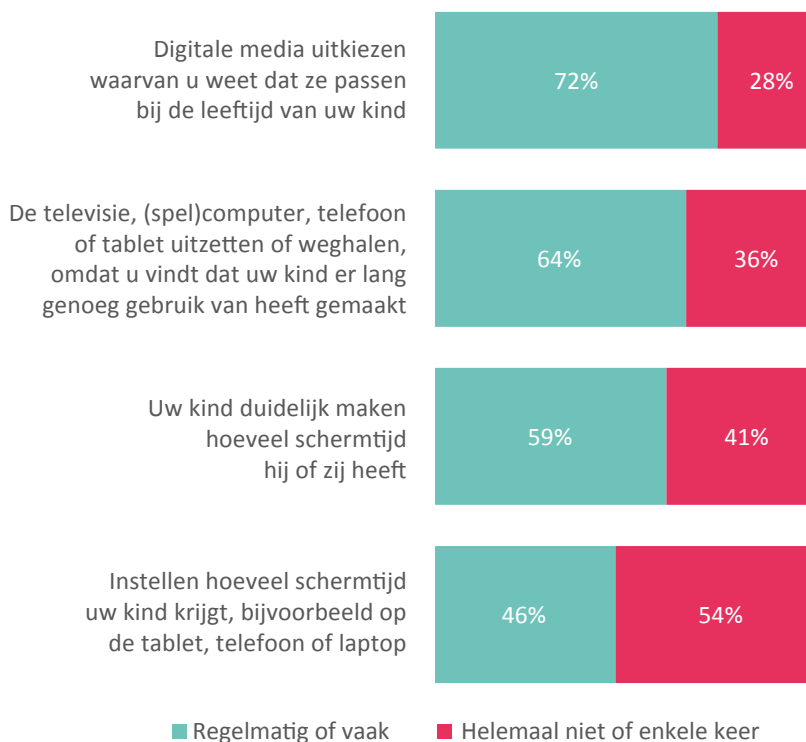
Ouders controleren regelmatig het digitale gedrag van hun kinderen en stellen regels voor apps/websites, maar de helft beperkt niet of onregelmatig de schermtijd van hun kind

Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Handhaven afspraken



- Het handhaven van afspraken wordt strikter naarmate kinderen ouder worden, vooral met betrekking tot het naleven van schermtijdbeperkingen en het kiezen van geschikte digitale media.



Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren

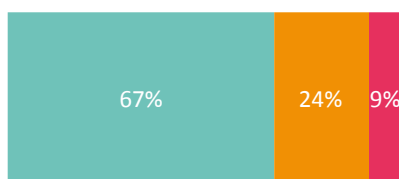
Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders leven grotendeels goed hun eigen afspraken na, maar de naleving door de kinderen is voor de helft van ouders een uitdaging

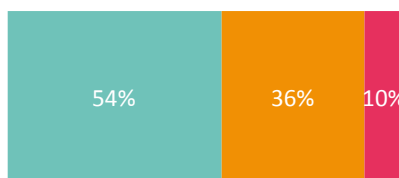
In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken?

Afspraken handhaven

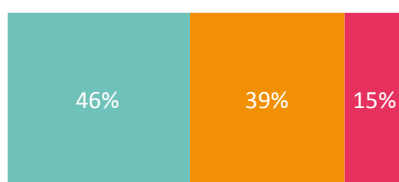
Ik vind het niet erg om van een afstandje mijn kind in de gaten te houden als hij of zij iets doet met digitale media, bv. tijdens het koken



Ik vind het makkelijk om afspraken met mijn kind over schermtijd vol te houden



Mijn kind houdt zich altijd aan de afspraken die we hebben over het gebruik van telefoon, tablet, (spel)computer of televisie



■ (helemaal) mee eens ■ Neutraal ■ (helemaal) mee oneens

• Naarmate kinderen ouder worden, vinden ouders het makkelijker om afspraken over schermtijd vol te houden.



• Ouders met een niet-Nederlandse herkomst vinden het vaker makkelijk om afspraken over schermtijd vol te houden.



• Naarmate opleidingsniveau toeneemt, vinden ouders het makkelijker om afspraken over schermtijd vol te houden en houden ouders vaker hun kind op een afstandje in de gaten.



• Alleenstaande ouders ervaren meer moeite met het handhaven van digitale afspraken.



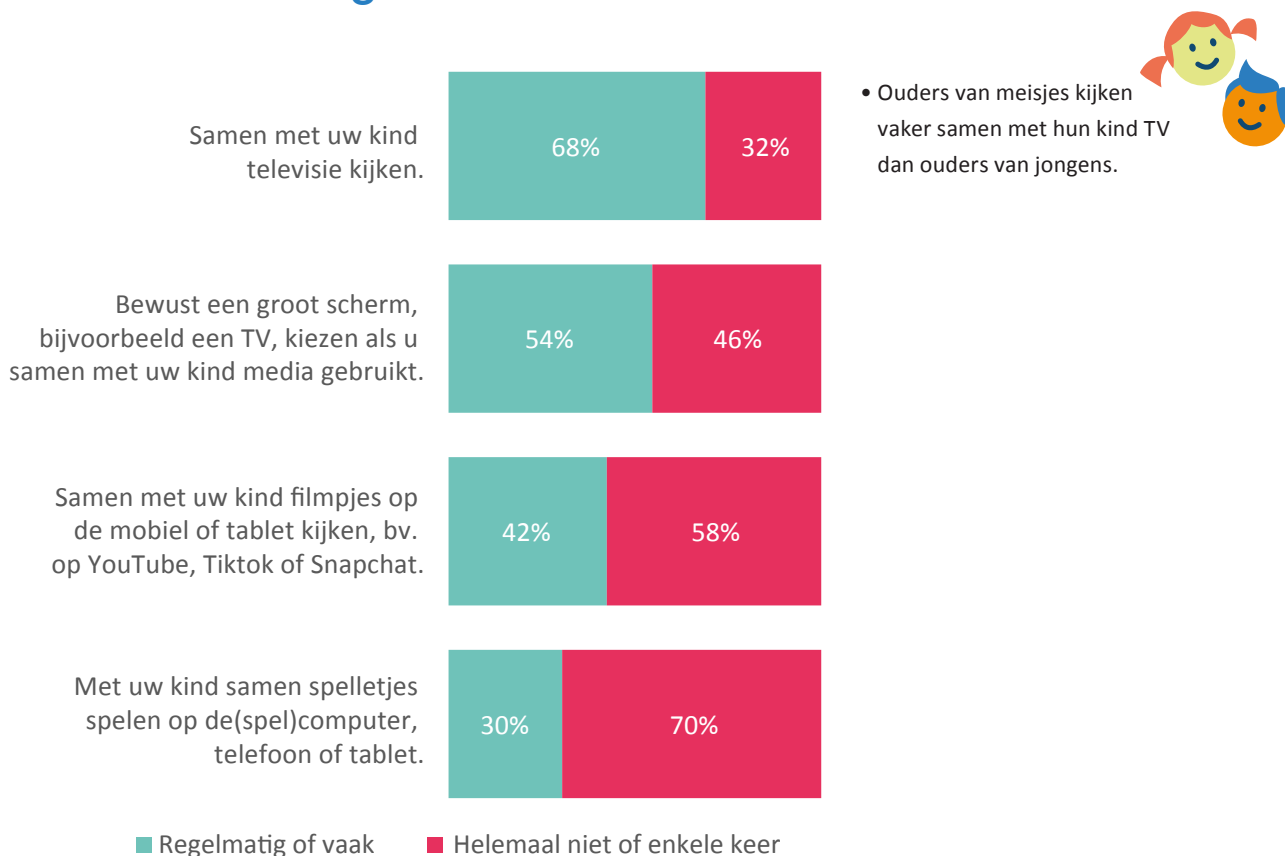
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 10. In bijlage 2 is een overzicht te zien van alle stellingen over de opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders kijken vaak samen televisie met hun kinderen, maar meer dan de helft van ouders kijkt geen filmpjes op sociale media met hun kind of spelen samen digitale spelletjes

Hoe vaak **doet** u onderstaande?

Samen gebruiken



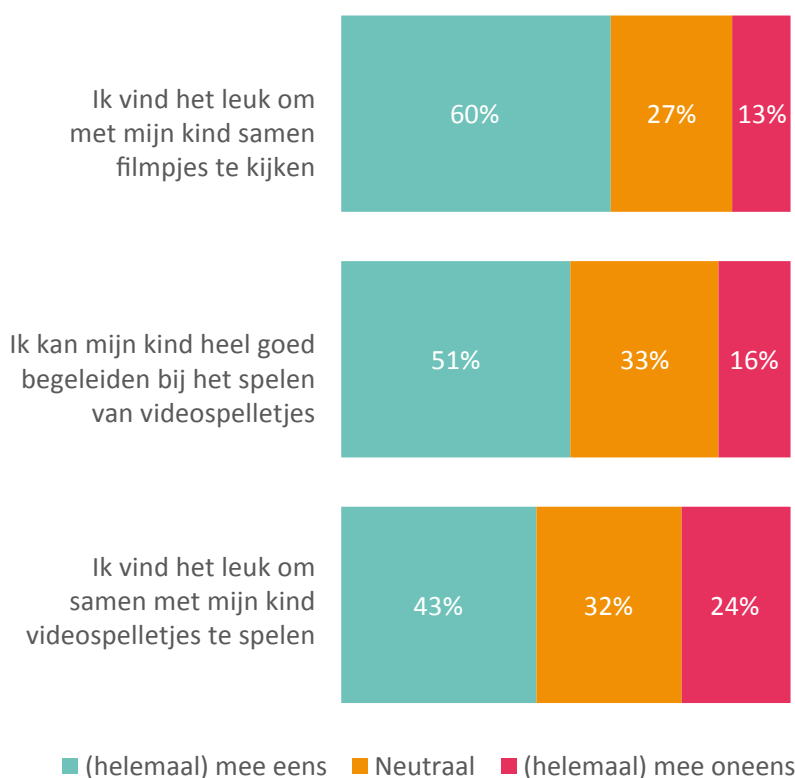
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 9. In bijlage 1 is een overzicht te zien van alle manieren waarop ouders het mediagebruik van hun kind begeleiden en controleren

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders genieten van samen media gebruiken, vooral bij filmpjes kijken, en de helft van ouders kan goed hun kind begeleiden bij het spelen van spelletjes

In hoeverre **bent u het eens** met de volgende uitspraken?

Samen gebruiken



• Naarmate kinderen ouder worden, neemt gezamenlijk mediagebruik af.



• Ouders met een niet-Nederlandse herkomst spelen vaker videospelletjes, maar Nederlandse ouders zijn zelfverzekerder in het begeleiden van hun kind hierin.



• Alleenstaande ouders maken meer tijd voor gezamenlijke digitale activiteiten.



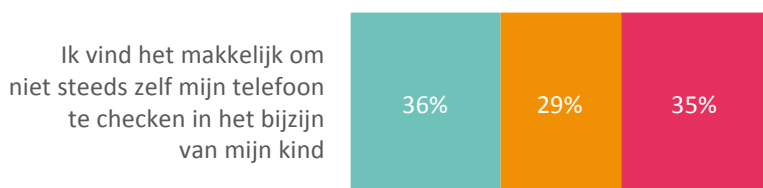
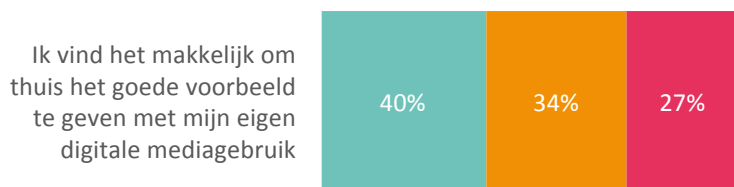
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 10. In bijlage 2 is een overzicht te zien van alle stellingen over de opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Een derde van ouders worstelt met hun eigen digitale mediagebruik, vooral met minder vaak op de telefoon kijken in het bijzijn van hun kind

In hoeverre **bent u het eens** met de volgende uitspraken?

Eigen voorbeeld ophouden



■ (helemaal) mee eens ■ Neutraal ■ (helemaal) mee oneens

- 
- Ouders met een HBO- of universitaire opleidingsachtergrond vinden het vaker lastig om niet steeds hun telefoon te checken in het bijzijn van hun kind, terwijl ouders met een opleidingsachtergrond op basis-, LBO of VMBO dit minder vaak ervaren.



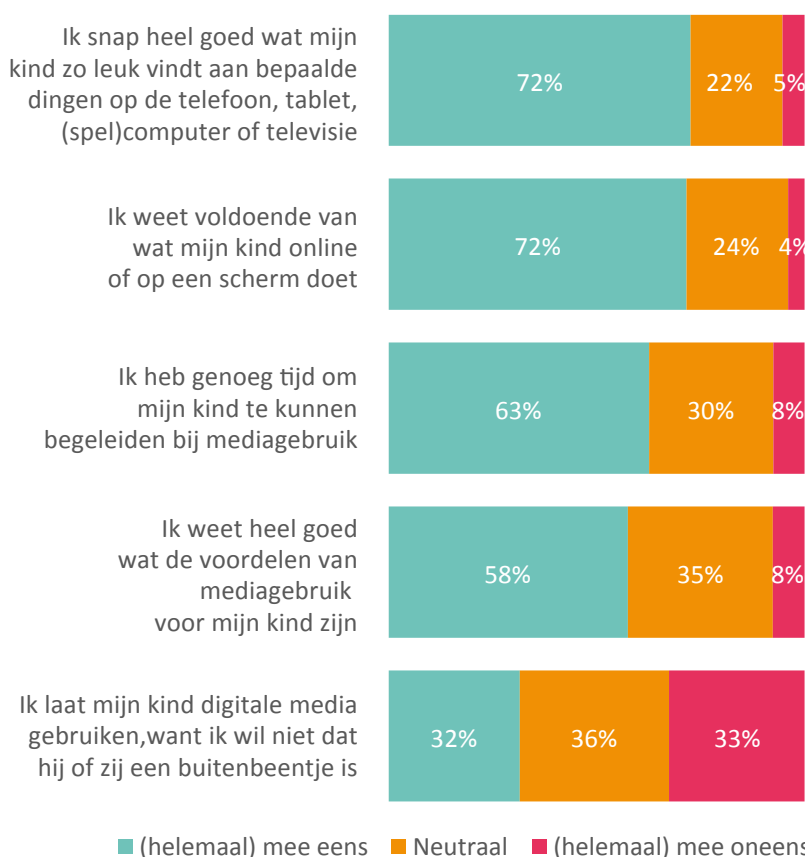
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 10. In bijlage 2 is een overzicht te zien van alle stellingen over de opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders voelen zich meestal goed geïnformeerd over hoe zij moeten omgaan met het mediagebruik van hun kinderen en hebben voldoende tijd voor begeleiding

In hoeverre **herkent u zichzelf** in onderstaande uitspraken?

Zelfvertrouwen



- Ouders met een HBO- of universitaire opleidingsachtergrond voelen zich vaker zekerder over hun kennis van digitaal mediagebruik en wat kinderen aanspreekt, terwijl ouders met een opleidingsachtergrond op basis-, LBO of VMBO-niveau zich vaak minder zeker voelen.



- Ouders van oudere kinderen voelen zich zekerder over hun kennis van mediagebruik en geloven het mediagebruik beter te begeleiden.



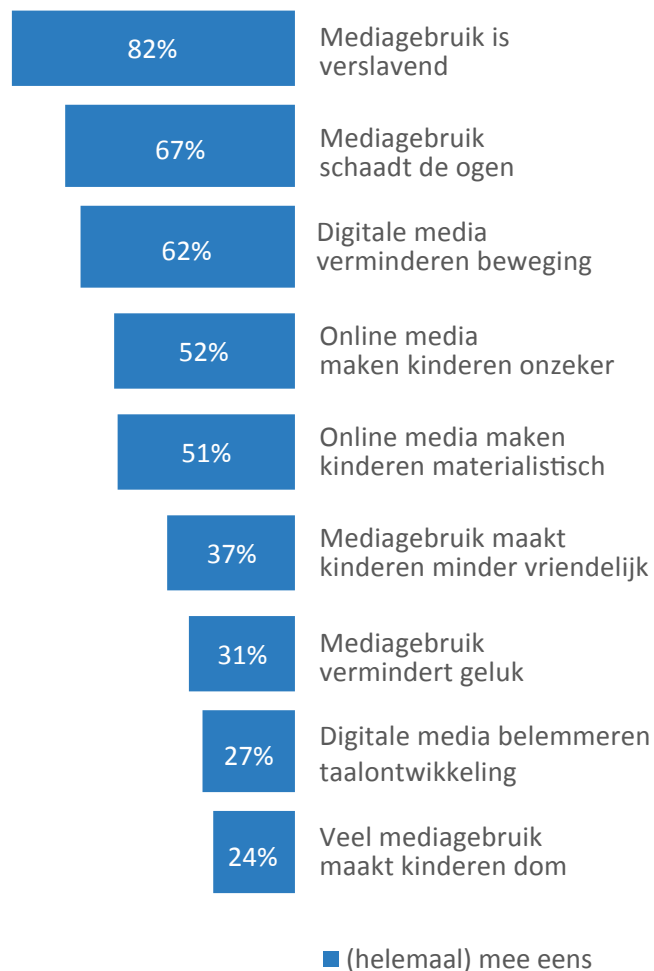
- Ouders met een niet-Nederlandse herkomst voelen zich vaker zelfverzekerder over het online gedrag van hun kinderen.

Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 11. In bijlage 3 is een overzicht te zien van alle stellingen over hoe ouders zichzelf herkennen in verschillende aspecten van mediaopvoeding, zoals steun, kennis en eigen rol.

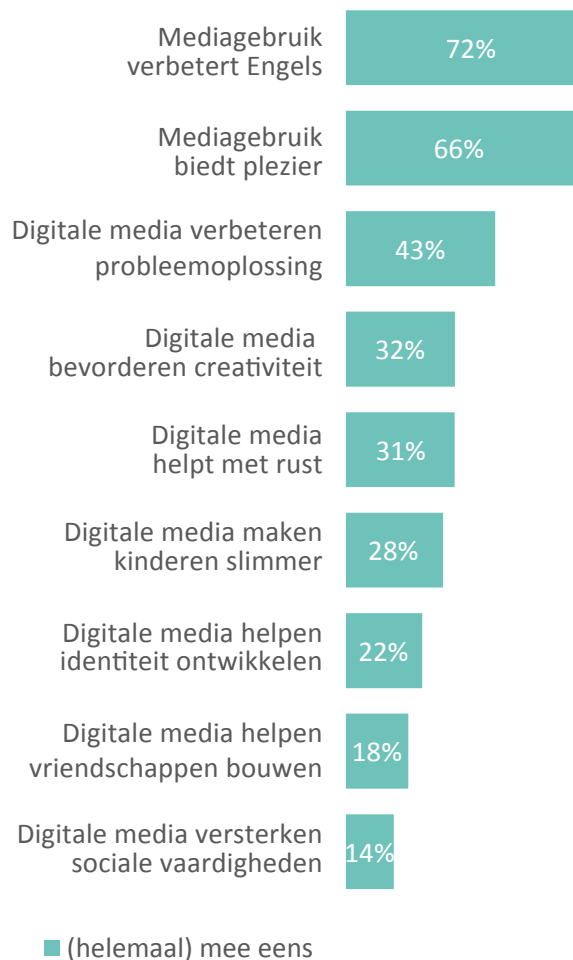
Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders zien vaker risico's van mediagebruik dan kansen en vooral vinden ouders mediagebruik verslavend en slecht voor de ogen

Wat vindt u van **de risico's** van mediagebruik?



Wat vindt u van **de kansen** van mediagebruik?



Basis: alle respondenten (n=1.021)

De grootste zorgen van ouders gaan over digitale verslaving, online veiligheid en de impact van digitale media op de gezondheid van hun kinderen



Top 5 grootste zorgen over de opvoeding bij het digitale leven van kinderen:

- 1. Verslaving aan digitale media** – Ouders zijn bezorgd over de verslavende effecten van schermen en sociale media, en de gevolgen voor gezondheid en ontwikkeling
- 2. Online veiligheid (pesten, gevaarlijke mensen)** – Ouders hebben angst voor online pesten, scam, en contact met volwassenen met slechte bedoelingen
- 3. Schadelijke content** – Zorgen over blootstelling aan ongepaste informatie en invloeden van influencers
- 4. Sociale vaardigheden en echt contact** – Ouders vrezen dat digitale media het vermogen tot face-to-face interactie en sociale vaardigheden verminderen
- 5. Fysieke gezondheid (ogen, hormonen)** – Ouders maken zich zorgen over oogproblemen en de invloed van schermgebruik op de fysieke en mentale gezondheid



Top 5 vragen over de opvoeding bij het digitale leven van kinderen:

- 1. Hoe om te gaan met cyberpesten en online gevaar?** – Ouders stellen veel vragen over bescherming tegen online pesten en gevaarlijke situaties.
- 2. Wanneer sociale media en smartphones geven?** – Wanneer is het gepast om kinderen toegang te geven tot sociale media en smartphones?
- 3. Hoe schermtijd beperken en verslaving voorkomen?** – Ouders stellen veel vragen over manieren om digitale verslaving en te veel schermtijd te voorkomen.
- 4. Hoe beïnvloeden influencers het zelfbeeld van kinderen?** – Hoe de invloed van sociale media en influencers op het zelfbeeld van kinderen beheersen?
- 5. Wat zijn de lange-termijn effecten van digitale media?** – Ouders stellen veel vragen over de lange-termijn effecten van schermgebruik op gezondheid en ontwikkeling.

* Dit is een samenvatting van de gegeven open antwoorden.

Basis: alle respondenten (n=1.021)





Ondersteuning en advies voor mediaopvoeding

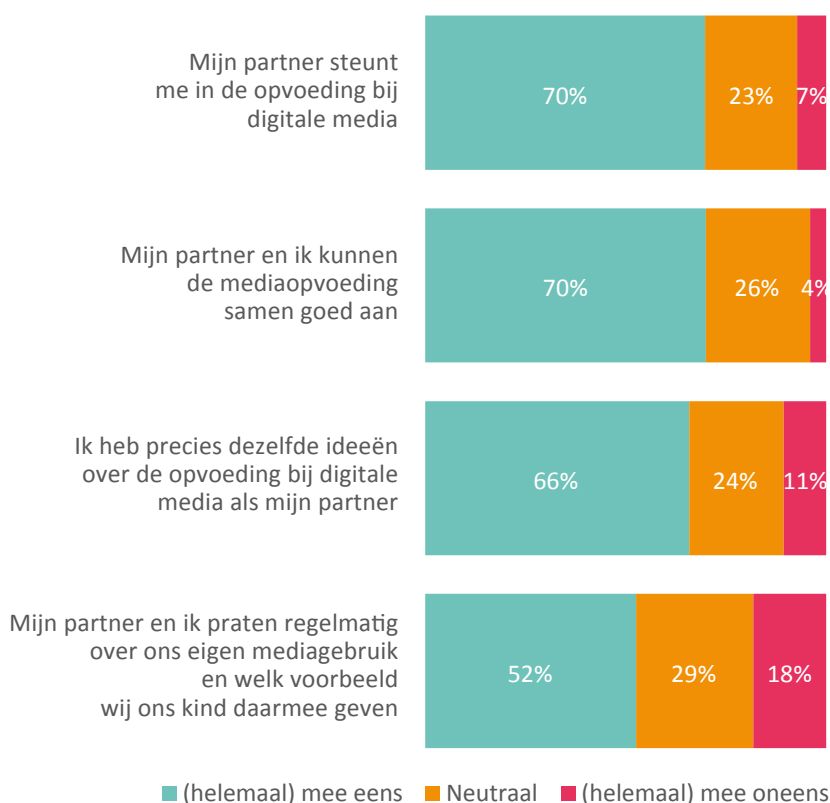
Welke ondersteuning en adviezen hebben ouders voor het mediagebruik van hun kinderen?



Ouders ervaren brede steun van hun partner in het opvoeden rondom digitale media, maar voor de helft van de ouders ontbreekt communicatie over eigen gebruik

In hoeverre herkent u zichzelf in onderstaande uitspraken?

Partnersteun



- Ouders met een HBO- of universitaire opleidingsachtergrond ervaren meer steun van hun partner in digitale opvoeding en hebben vaker dezelfde ideeën over mediagebruik, terwijl ouders met een opleidings-achtergrond op basis-, LBO- of VMBO-niveau dit minder vaak ervaren.

- Ouders met Nederlandse herkomst hebben vaker gedeelde opvoedings-ideeën en kunnen mediaopvoeding makkelijker samen aanpakken dan ouders zonder Nederlandse herkomst.

- Ouders met oudere kinderen ervaren meer steun van hun partner, vooral bij de mediaopvoeding. Bij jongere kinderen is steun van partners minder consistent.

- Ouders van meisjes ervaren meer steun van hun partner in de mediaopvoeding, met meer overeenstemming over ideeën en steun in het opvoeden bij digitale media.



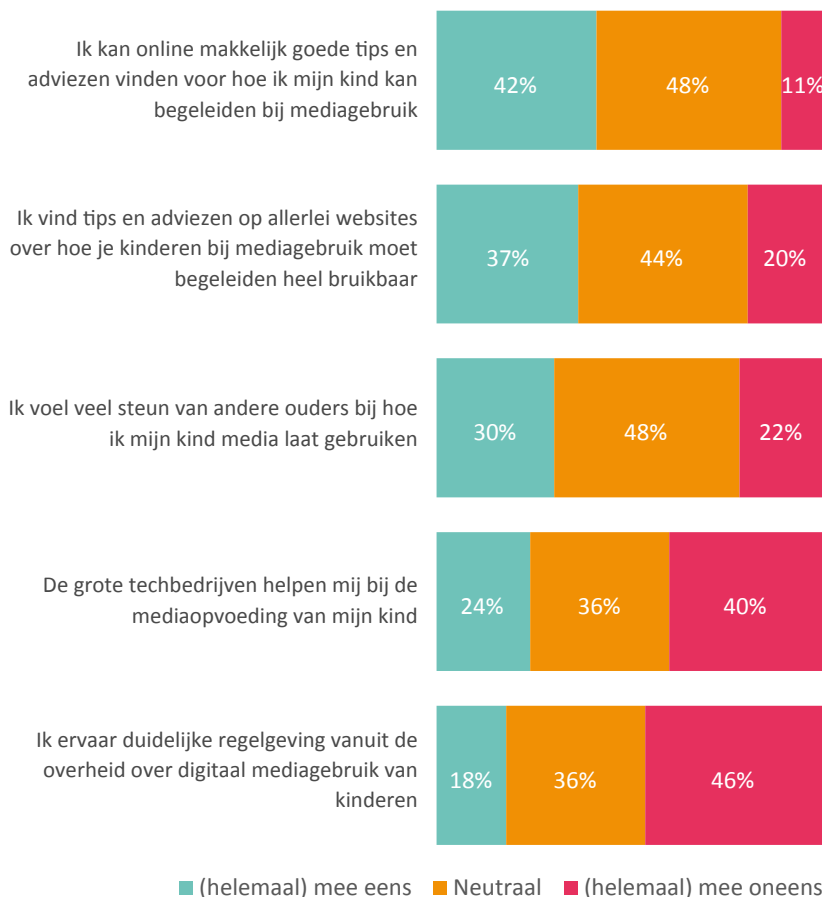
Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 11. In bijlage 3 is een overzicht te zien van alle stellingen over hoe ouders zichzelf herkennen in verschillende aspecten van mediaopvoeding, zoals steun, kennis en eigen rol.


Basis: alle respondenten (n=1.021)


Ouders ervaren beperkte externe steun, vooral van techbedrijven en de overheid


In hoeverre herkent u zichzelf in onderstaande uitspraken?

Externe steun




 • Ouders met een opleidingsachtergrond op basis-, LBO- of VMBO-niveau ervaren meer steun van techbedrijven en de overheid, terwijl ouders met een HBO- of universitaire opleidingsachtergrond meer vertrouwen hebben in online adviezen voor mediagebruik.


 • Ouders van oudere kinderen vinden externe steun via tips en adviezen bruikbaar, terwijl ouders van jongere kinderen minder vaak positief zijn.


 • Alleenstaande ouders voelen minder steun van techbedrijven en andere ouders.

Dit zijn slechts enkele stellingen uit vraag 11. In bijlage 3 is een overzicht te zien van alle stellingen over hoe ouders zichzelf herkennen in verschillende aspecten van mediaopvoeding, zoals steun, kennis en eigen rol.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders steunen overheidsrichtlijnen voor schermtijd, sociale mediabeperkingen voor kinderen onder 16, en verantwoordelijkheid van techbedrijven in mediaopvoeding

% van de ouders die vinden dat **de overheid**...*

... richtlijnen moet opstellen over de schermtijd voor kinderen.

40% 



Hoger opgeleide ouders vinden vaker dat de overheid regels en richtlijnen moet opstellen voor het gebruik van digitale media onder kinderen.

... bepaalde sociale media moet verbieden voor kinderen onder 16 jaar.

57% 

... moet zorgen dat ouders duidelijke opvoedtips krijgen over digitale media en kinderen.

51% 

% van de ouders die vinden dat **Kijkwijzer**...*

... leeftijdsadviezen voor sociale media moet geven.

64% 

% van de ouders die vinden dat **grote techbedrijven**...*

... verantwoordelijkheid moeten pakken en ouders helpen met de opvoeding.

59%


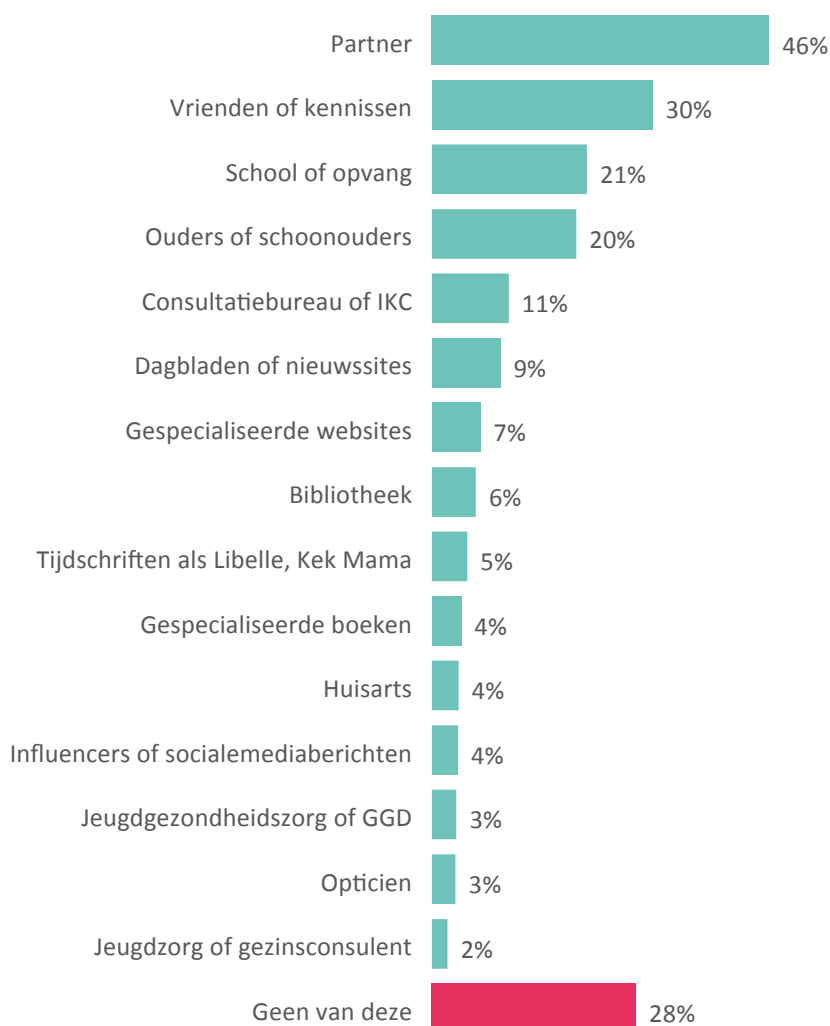


*% Helemaal mee eens en mee eens

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Ouders krijgen het vaakst advies over digitale mediagebruik van partners, vrienden en kennissen, maar meer dan een kwart van de ouders krijgt geen advies

Van wie krijgt u wel eens tips of adviezen voor het begeleiden van het mediagebruik van uw kind?



- Ouders die advies krijgen, zijn beter in het reguleren en begeleiden van het digitale gedrag van hun kinderen. Ze stellen vaker regels, monitoren actiever en bespreken meer onderwerpen over digitaal gedrag.

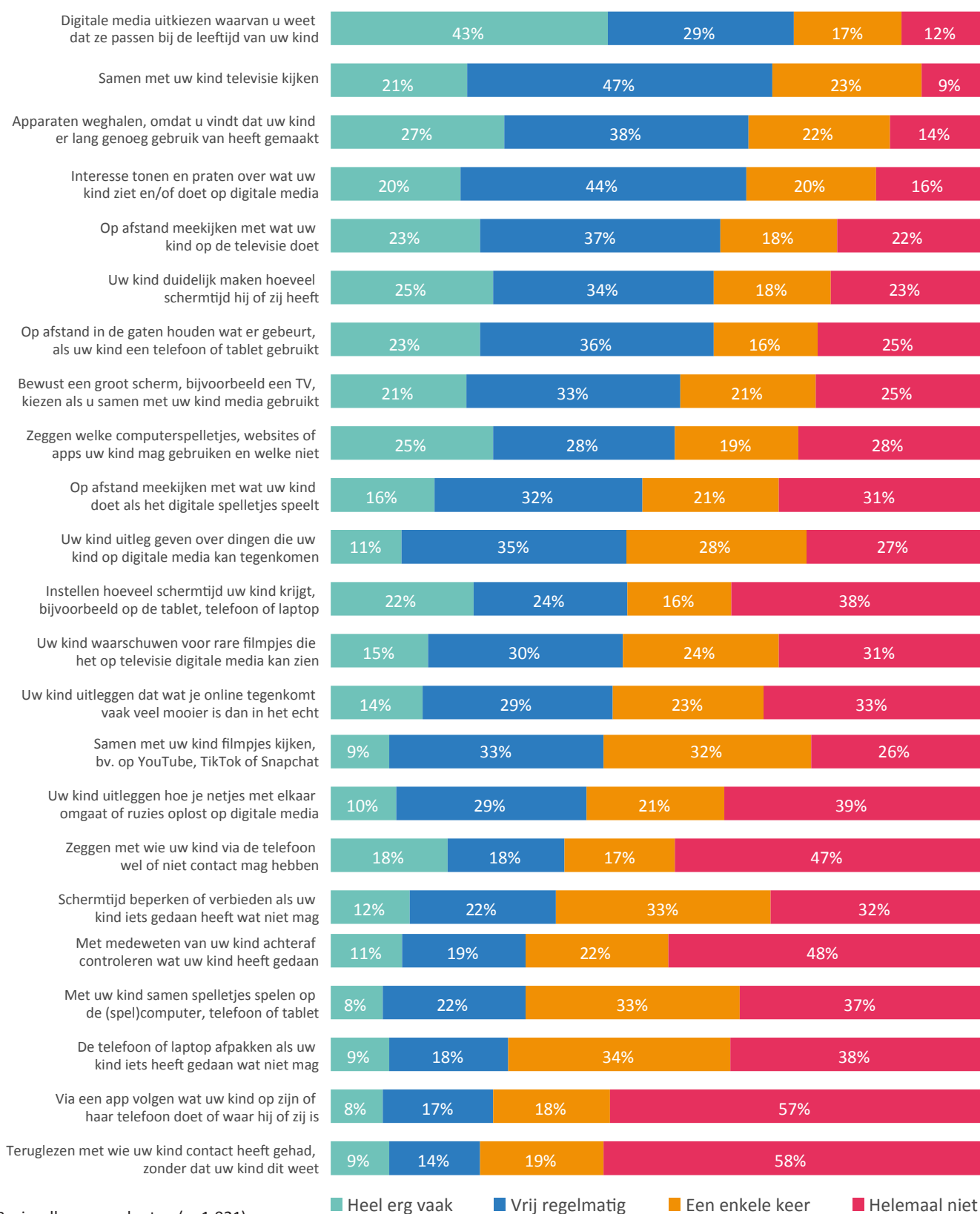
- In bijlage 4 staat een overzicht van de verschillen tussen ouders die wel advies krijgen en ouders die geen advies krijgen over het digitale mediagebruik van kinderen.

Basis: alle respondenten (n=1.021)



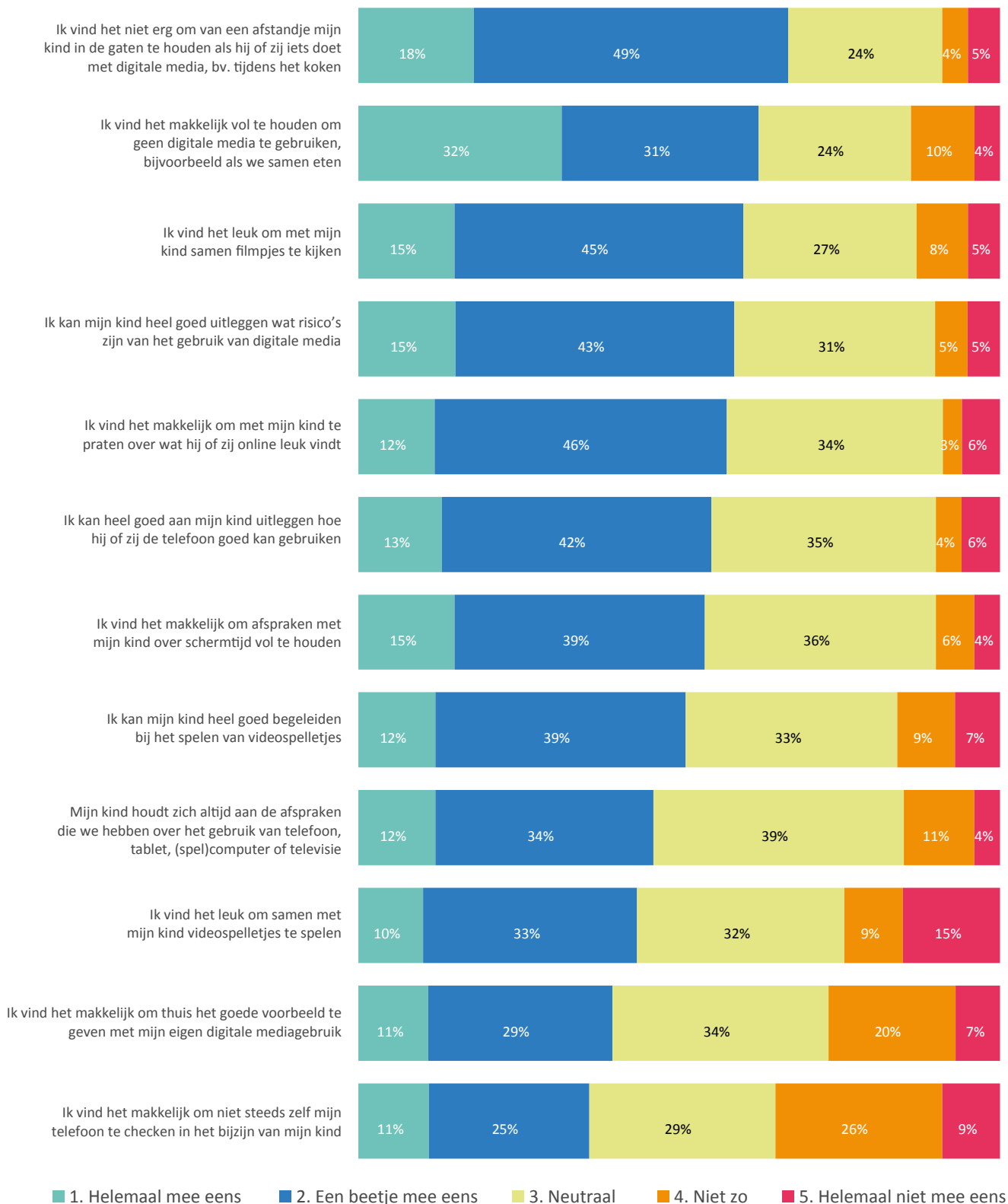
Bijlagen

Bijlage 1: Ouders gebruiken samen met hun kind digitale media, stellen regels voor het gebruik en houden toezicht, maar controleren bijna nooit zonder toestemming



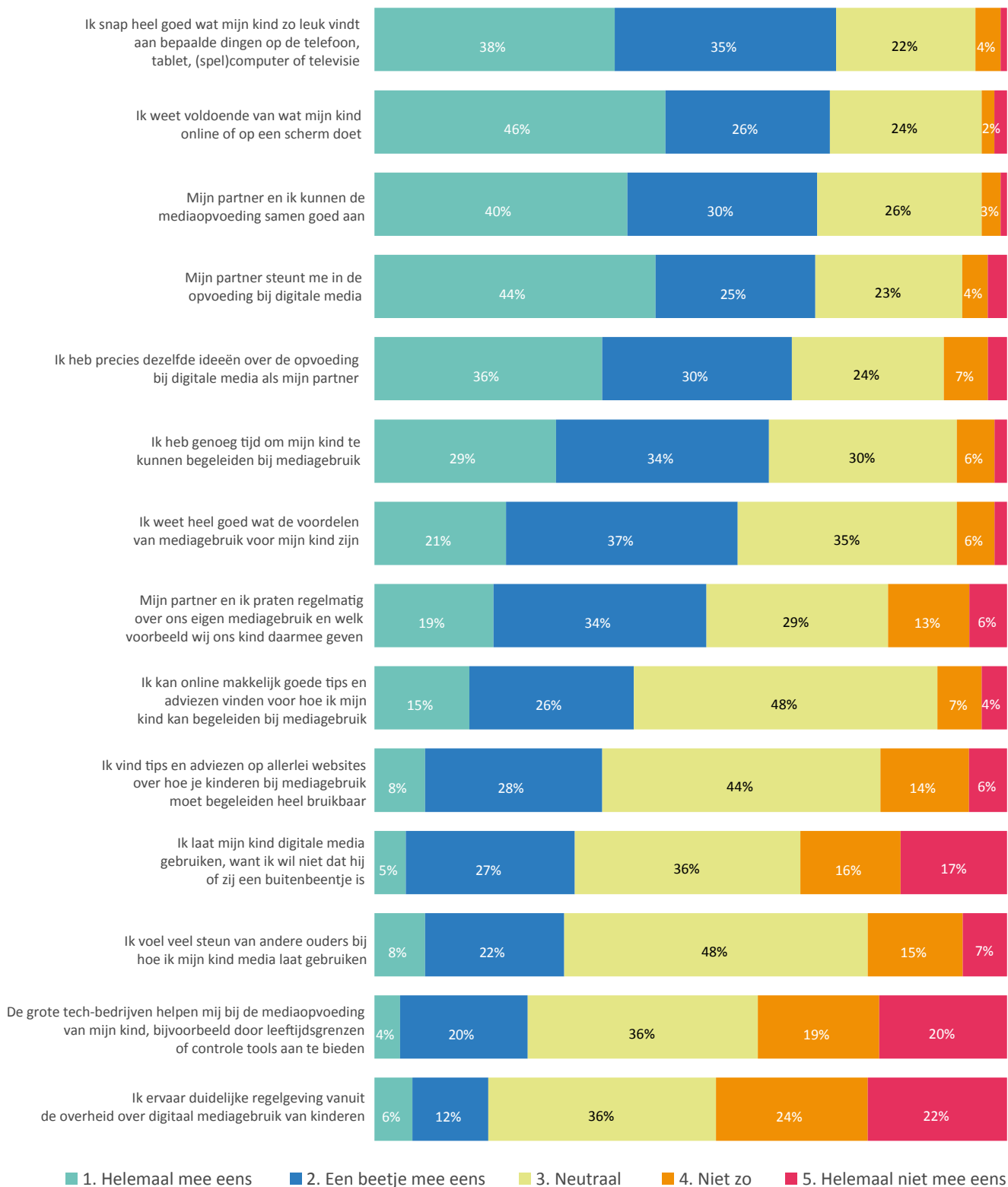
Basis: alle respondenten (n=1.021)

Bijlage 2: Ouders vinden het vaak lastig om consistente afspraken over schermtijd en mediagebruik vol te houden, maar ervaren wel betrokkenheid bij mediaopvoeding



Basis: alle respondenten (n=1.021)

Bijlage 3: Ouders voelen zich vaak goed geïnformeerd over het mediagebruik van hun kinderen en ervaren overwegend steun van hun partner



Basis: alle respondenten (n=1.021)

Bijlage 4: Verschillen tussen ouders die wel advies krijgen en ouders die geen advies krijgen over het digitale mediagebruik van kinderen

1. Zeggen welke computerspelletjes, websites of apps hun kind mag gebruiken

- **58%** van de ouders die advies krijgen zegt vrij regelmatig of heel vaak wat hun kinderen mogen gebruiken (computerspelletjes, websites, apps).
- **41%** van de ouders die geen advies krijgen zegt dit.

2. Toezicht houden op communicatie:

- **39%** van de ouders die advies krijgen zegt vrij regelmatig of heel vaak met wie hun kinderen via de telefoon mogen contact hebben.
- **28%** van de ouders die geen advies krijgen zegt dit.

3. Schermtijd duidelijk maken

- **62%** van de ouders die advies krijgen stelt regels voor schermtijd.
- **51%** van de ouders die geen advies krijgen zegt dit.

4. Meekijken met wat hun kind doet:

- **63%** van de ouders die advies krijgen kijkt mee wat hun kind doet.
- **52%** van de ouders die geen advies krijgen doet dit.

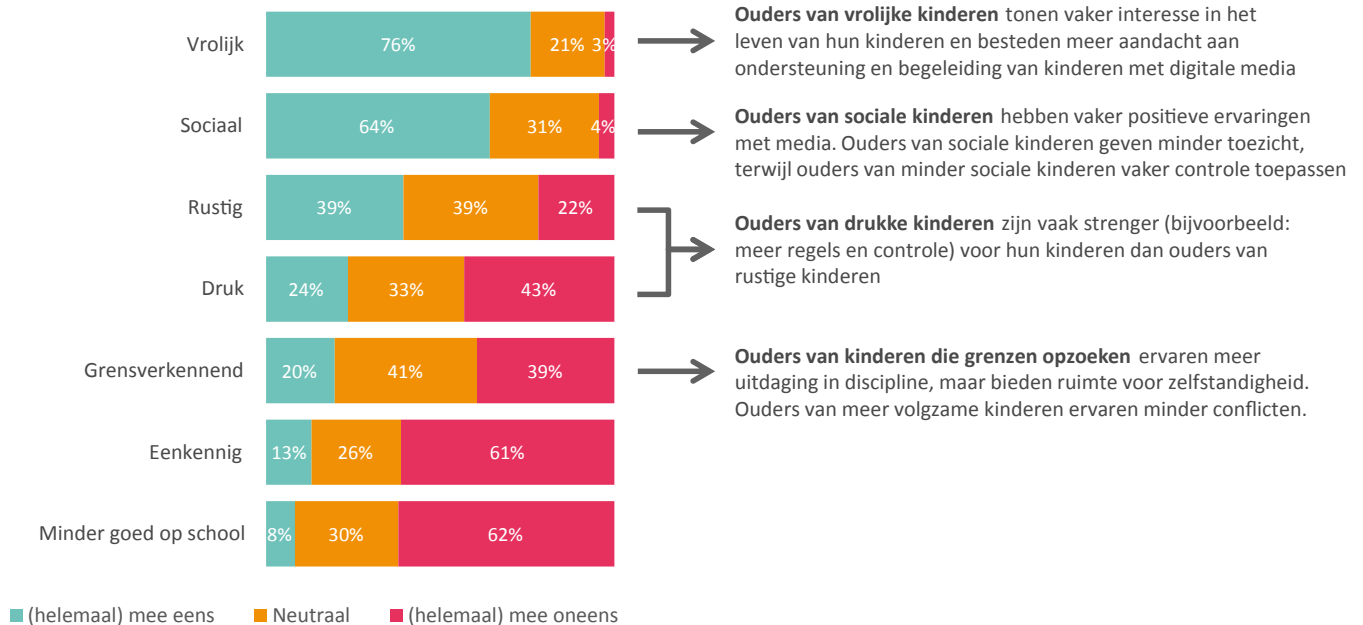
5. Waarschuwen voor ongepaste inhoud:

- **63%** van de ouders die advies krijgen kijkt mee wat hun kind doet.
- **52%** van de ouders die geen advies krijgen doet dit.

Basis: alle respondenten (n=1.021)

Bijlage 5: Ouders ervaren hun kinderen vaak als sociaal, vrolijk en druk, maar minder als eenkennig of grensverkenners

Ten opzichte van andere kinderen, is mijn kind:



Basis: alle respondenten (n=1.021)

Colofon

In opdracht van Netwerk Mediawijsheid

In samenwerking met:

Dr. Peter Nikken, Em. Lector Jeugd & Media – Jeugd & Media Advies

Dr. Anouk Tuijnman - Trimbos-instituut

Niek klaver - Highberg (onderzoeksbureau)

Ontwerp:

Oirik, Apeldoorn

Fotografie:

Sushilla Kouwen, Juul Harmsen

Netwerk Mediawijsheid:

e-mail: info@mediawijzer.net

campagne: www.mediaukkedagen.nl

website: www.mediawijsheid.nl en www.netwerkmediawijsheid.nl

Citatie:

Verdiepend Onderzoek Iene Miene Media Media 2025, Netwerk Mediawijsheid.

© Netwerk Mediawijsheid, maart 2025

