

18 april 2013

Nederlands Jeugdinstituut; Ouders Online; Mijn Kind Online; Stichting Opvoeden.nl;
Mediawijzer.net

Mediaopvoeding: visie en aanpak

Kinderen, ouders en media: de vraag

Mediaopvoeding is een integraal onderdeel van de dagelijkse opvoeding van alle kinderen; van de babyperiode tot ver in de tienerleeftijd. Net zo goed als ouders nadenken en handelen bij gezonde voeding, leren fietsen of het maken van een schoolkeuze, zo maken ouders ook bewust of onbewust keuzes voor media-apparaten in huis, de manier waarop hun kind deze gebruikt en hoe het gebruik van de media in het leven van het kind en in dat van het gezin als geheel past. Ouders proberen daarbij onder andere in te schatten wat de invloed van de verschillende media-inhouden is op hun kinderen en denken soms ook na over de hoeveelheid tijd die de gezinsleden aan media besteden.

Om hun rol als mediaopvoeder goed te kunnen uitvoeren, is het van belang dat ouders zich competent voelen rond dit onderwerp; dat ze weten waar ze informatie kunnen vinden, hoe ze zelf antwoorden kunnen krijgen op vragen, om kunnen gaan met problemen, en waar ze extra hulp of ondersteuning kunnen vinden als dat nodig is.

De behoefte aan ondersteuning bij mediaopvoeding neemt toe, zeker nu het media-aanbod en het gebruik hiervan ook op steeds jongere leeftijd intensiever wordt. Uit Nederlands en internationaal onderzoek komt naar voren dat ouders steeds meer worstelen met de vraag hoe zij hun kinderen met media moeten begeleiden; mediaopvoeding is constant balanceren tussen enerzijds vrijheid geven en het kind zijn eigen autonomie laten ontwikkelen, en anderzijds regels en grenzen stellen om risico's en gevaren te voorkomen. Die balans zoeken wordt bemoeilijkt doordat ouders niet kunnen terugvallen op eigen media-ervaringen met alle nieuwe media, maar ook doordat media mobieler en individueler worden, waardoor opvoeders niet meer hun traditionele rol als poortwachter kunnen vervullen. Tegelijkertijd hebben ouders moeite met de mediaopvoeding, omdat de risico's en kansen van media waar ouders over moeten nadenken door alle snelle ontwikkelingen zeer veranderlijk zijn. Adviezen komen ook van alle kanten op ouders af, maar ze zijn vaak tegenstrijdig en niet uitvoerbaar. Zo werd een paar jaar geleden nog geadviseerd om de computer in de huiskamer te zetten, en kinderen niet meer dan twee uur beeldschermtijd te gunnen. Kinderen hebben tegenwoordig mobiele apparaten tot hun beschikking en ouders klagen dat het lijkt alsof die apparaten aan hun handen vastgeplakt zitten.

Ouders zijn dus begrijpelijkerwijs steeds op zoek naar nieuwe toepasbare kennis over wat de media voor hun kinderen kunnen betekenen, welke positieve en negatieve effecten de media kunnen hebben afhankelijk van de ontwikkelingsfase van hun kind, en hoe zij het mediabezit en -gebruik van hun kinderen dan het beste kunnen begeleiden. Dit blijkt o.a. uit de grote hoeveelheid ouderavonden die tegenwoordig over dit thema door scholen en

ouderraden worden georganiseerd en de groeiende belangstelling onder ouders voor websites als Mediaopvoeding.nl.

Integraal onderdeel van opvoeding en van opvoedsteun

Het is van belang dat ouders weten hoe en waar zij vragen kunnen stellen en informatie voor hun mediaopvoeding kunnen krijgen. Vragen stellen en het gesprek aangaan over de dagelijkse mediaopvoeding, versterkt de competenties van ouders op het terrein van de opvoeding.

Onderzoek laat zien dat ouders met opvoedvragen vaak allereerst online op zoek gaan naar informatie. In tweede instantie wisselen zij van gedachten met kennissen in hun naaste omgeving. Als dit geen bevredigende antwoorden oplevert gaan veel ouders te rade bij de professionele mede-opvoeders van hun kind, zoals leidsters in de kinderopvang, naschoolse opvang, sport, (cultureel) buurtwerk, onderwijs en soms ook de wijkagent. Pas daarna doen zij een beroep op de preventieve (bijv. huisarts, CJG, schoolarts) of curatieve opvoedingsondersteuning (geïndiceerde jeugdzorg of GGZ). In het ideale geval zou mediaopvoeding dus op al deze plekken een integraal onderdeel van opvoeding en opvoedondersteuning zijn. Dat is nog lang niet het geval. Om dit te bereiken is het van belang dat het thema mediaopvoeding wordt meegenomen in zowel het landelijke als het lokale beleid.

Kinderen, ouders en media: kloof tussen vraag en aanbod

Er is voor ouders al veel informatie beschikbaar, maar dat wil niet zeggen dat zij die informatie ook goed kunnen vinden. Er zijn mediacoaches en tal van initiatieven, organisaties en instellingen, al dan niet verbonden aan Mediawijzer.net, die ouderavonden verzorgen, brochures uitgeven, lespakketten ontwikkelen, achtergrondinformatie op hun website bieden, of zich mengen in het publieke debat. Dit aanbod is echter sterk versnipperd, van wisselende kwaliteit en niet altijd toegesneden op de behoefte van ouders. Het informatieaanbod heeft een aantal tekortkomingen waardoor het twijfelachtig is of ouders op korte en langere termijn wel voldoende en op maat bereikt worden:

1. De beschikbare informatie is niet altijd makkelijk vindbaar.
2. Het is vaak onduidelijk wat de kwaliteit en betrouwbaarheid van de informatie is en wie verantwoordelijk is voor kwaliteitsbewaking.
3. De informatie is in het algemeen oppervlakkig, en ad hoc of gericht op eenmalige incidenten los van de opvoedcontext.
4. Er is geen sprake van maatwerk of afstemming op de behoefte van ouders of mede-opvoeders met verschillende culturele achtergronden of andere specifieke gezinseigenschappen.
5. Er is geen structuur of systematische afstemming tussen de vormen en typen informatie en steun die ouders geboden wordt.
6. Er is ook geen structurele aandacht voor actualisering en doorontwikkeling van bestaande informatieproducten en –diensten.

Vraag en aanbod bij elkaar brengen: verschillende partijen

Om de vraag van ouders en het aanbod van informatie rond mediaopvoeding dichter bij elkaar te kunnen brengen, is het van belang een onderscheid te maken in welke partijen

een rol spelen bij het beantwoorden van vragen van ouders over hun mediaopvoeding. Rond de ouder zijn verschillende schillen of partijen aan te wijzen:

1. Ouders zelf, die zich als vragende partij versterkt moeten voelen in hun rol van mediaopvoeder;
2. Aanbieders (uitgevers) van voor ouders bedoelde informatie; met name online informatiebronnen;
3. Het sociale netwerk rond ouders (zoals familie, kennissen, burens, collega's);
4. Beroepsmatige mede-opvoeders zoals in de kinderopvang, sport, buurtwerk, jeugdpolitie en vooral ook het onderwijs;
5. Professionals in het brede stelsel van zorg voor jeugd (opvoedingsondersteuning, jeugdzorg en jeugdgezondheidszorg), die preventieve en curatieve opvoedsteun bieden;
6. Media-experts die kennis verzamelen, valideren en of uitdragen, en die vooral de professionals en de beroepsmatige mede-opvoeders kunnen bijstaan, trainen, opleiden, adviseren of informeren.

Aanbieders van (online) informatie, het sociale netwerk en beroepsmatige mede-opvoeders zijn te typeren als zogenoemde informele informatiebronnen voor ouders. Professionals in het jeugdzorg stelsel zijn eerder formele bronnen van informatie. Daarnaast is het zo dat personen of instituties in meer dan een schil kunnen voorkomen. Soms zijn zij bijvoorbeeld aan te duiden als expert en soms treden dezelfde personen op in de rol van aanbieder. Mediacoches kunnen bijvoorbeeld bij de bibliotheek fungeren als ondersteuner in de opvoeding bij het maken van keuzes voor mediaproducten en ze kunnen tegelijk werkzaam zijn als kennis-verwerker.

Aanzet tot een actieplan

Hieronder volgt een korte probleemanalyse per partij, gevolgd door belangrijke actiepunten voor deze groep. Deze analyses per partij moeten verder uitgewerkt worden op het niveau van doelstellingen, maatregelen, middelen, planning, actieverantwoordelijken en ondersteuners. Met deze aanzet vragen we beleidsmakers en betrokken stakeholders om gezamenlijk het Deltaplan Mediaopvoeding te ondersteunen en verder uit te werken.

1. Ouders

Doel: Ouders voelen zich gedurende hun hele opvoedcarrière, vanaf de geboorte van hun kind, competent in de opvoeding, en in het bijzonder in hun mediaopvoeding op het niveau van gedrag en denken. Ouders hebben inzicht in wat de media voor hun kind betekenen, passend bij de ontwikkelingsleeftijd, en kunnen op basis van die kennis oordelen en handelen.

Huidige situatie: ouders zijn vaak onzeker over hoe ze hun kind in de mediaopvoeding het best kunnen begeleiden. Ouders kunnen allerlei soorten tips en informatie vinden, maar kunnen lang niet altijd achterhalen of die informatie valide is.

Actiepunten/maatregelen:

- Vergroot de vindbaarheid van vooral betrouwbare en gevalideerde informatie. Bied alle ouders de mogelijkheid tot kennisvergaring en zelfstudie van die gevalideerde informatie via bekende en betrouwbare kanalen, zoals het CJG (direct en digitaal via Opvoeden.nl) en toegankelijke, bekende media-kanalen.
- Zorg ervoor dat de partijen 2 t/m 6 over de benodigde gevalideerde kennis en expertise beschikken om ouders te kunnen bijstaan – zie de aanpak per partij hieronder.

Actoren: St. Opvoeden.nl i.s.m. Mediaopvoeding.nl en NJi (validatie), VNG en partners Mediawijzer.net.

2. Online informatiebronnen en andere aanbieders van vrijblijvende informatie

Doel: Informatiebronnen bieden ouders toegang tot eenduidige en gevalideerde informatie over kind en media, zodat ouders de mediaopvoeding vanaf de geboorte van hun kind goed kunnen uitvoeren. Ouders moeten inzicht hebben in wat media voor hun kind betekenen, passend bij de ontwikkelingsleeftijd, en op basis van die kennis kunnen oordelen en handelen.

Huidige situatie: Ouders kunnen op dit moment op allerlei plekken allerlei soorten (en soms ook tegenstrijdige) informatie krijgen. Online informatie over kind en media en over mediaopvoeding vinden ouders via websites als mijnkindonline.nl (ook voor docenten), www.ouders.nl (ook over andere onderwerpen) en mediaopvoeding.nl (vooral in de vraag-antwoordvorm). Daarnaast is er informatie te vinden op websites van sommige bibliotheken, de publieke omroep, Kijkwijzer, PEGI, Mediawijzer.net, internetproviders en kabelaanbieders, zorgverleners, scholen, aanbieders van kinderwebsites enz. enz.

Stichting Opvoeden.nl bestrijkt met een portal het aanbod voor 90% van de gemeentelijke CJG-websites. De landelijke en lokale CJG websites bieden informatie over kind en opvoeden en – weliswaar mondjesmaat – ook over opgroeien met media. Naast deze online informatie is er van tijd tot tijd ook aandacht voor de opvoeding en mediagebruik door kinderen in opvoedbladen of andere printmedia. Al die informatie is versnipperd, van wisselende kwaliteit, en sluit daardoor onvoldoende aan op de gevarieerdheid in vragen van ouders.

Actiepunten:

- (online) informatiebronnen maken zo veel als mogelijk gebruik van gevalideerde opvoedinformatie, zoals voorzien door de Stichting Opvoeden.nl, als zij informeren over kind en media. Daarvoor wordt de database verder aangevuld met informatie over mediaopvoeding en de informatie ingebed in het structureel landelijke proces van actualisatie en validatie.
- Inzetten op het bekend maken van het bestaan van kwalitatief hoogwaardige informatiebronnen, zodat ouders de weg kunnen vinden naar de gevalideerde informatie. De vindbaarheid van de landelijke portal www.cjg.nl moet via

zoekmachines worden geoptimaliseerd. Daarnaast moeten apps over opvoeden en opgroeien via gemeentes bij ouders onder de aandacht komen.

Actoren: St. Opvoeden.nl, VNG i.s.m. Mediaopvoeding.nl en NJi (validatie) en partners Mediawijzer.net.

3. Sociaal netwerk van ouders

Doel: Ouders voelen zich competentier rond mediaopvoeding door middel van het uitwisselen van informatie en ervaringen met personen in hun informele sociale netwerk, waaronder andere ouders.

Huidige situatie: In de pedagogische civil society delen ouders de verantwoordelijkheid voor de opvoeding van het kind in meer of mindere mate met burens, familieleden en bijvoorbeeld in sommige gevallen met mede kerk- of moskeebezoekers. Bij de belangrijke actoren in het directe sociale netwerk van ouders ontbreekt echter kennis en kunde over kind en media en mediaopvoeding, of is deze vaak onvoldoende. Het is de vraag of het mediagebruik van kinderen hier substantieel onderdeel is van het gesprek. In het publieke domein of in het eigen sociale netwerk wisselen ouders, op het snijvlak met professionele mede-opvoeders (zie hieronder), onderling en met de mede-opvoeders wel regelmatig kennis uit over hun ervaringen in de mediaopvoeding, bijvoorbeeld op ouderavonden op school of via de opvang. Omdat alle actoren binnen dit sociale netwerk vaak dezelfde versnipperde informatie gebruiken en het vaak bij een eenmalige uitwisseling van kennis en informatie blijft is de effectiviteit van zulke bijeenkomsten niet gegarandeerd.

Actiepunten:

- De bekendheid vergroten van (lokale) mogelijkheden die ouders hebben om elkaar te raadplegen over thema's die te maken hebben met de mediaopvoeding en dit helpen structureren. Nieuwe mogelijkheden structureel faciliteren, zoals ouderfora op internet of een overzichtsaanbod van gevalideerde lokale diensten die ondersteunend zijn bij het organiseren van ouderavonden en oudergroepen.
- Deze diensten onder de aandacht brengen bij CJG's en buurtwerk, scholen, kinderopvang, naschoolse opvang enz. Zie ook hieronder bij beroepsopvoeders.

Actoren: VNG, St. Opvoeden.nl i.s.m. Mediaopvoeding.nl en NJi (validatie) en haar partners en Mediawijzer.net.

4. Beroepsmatige mede-opvoeders

Doel: Mede-opvoeders hebben voldoende kennis om ouders te kunnen ondersteunen bij alledaagse vragen rondom mediaopvoeding, zoals helpen lichte vragen zelf te beantwoorden of doorverwijzen naar andere informatiebronnen of hulpverleners.

Huidige situatie: Mede-opvoeders zijn ook onderdeel van de pedagogisch civil society, maar onderscheiden zich van de informele aanspreekpunten van ouders doordat zij als

professional een deel van de zorg voor het kind samen met de ouders delen. Het gaat vooral om leerkrachten in het algemeen en pedagogisch medewerkers in de kinderopvang, en deels ook om de mediacoach die vanuit de bibliotheek ouders kan ondersteunen bij het mediagebruik.

Ouders geven in onderzoek aan dat zij de mediaopvoeding van kinderen als een gezamenlijke taak zien van ouders zelf en van andere mede-opvoeders zoals op school en in de kinderopvang. Ouders denken dat de noodzakelijke kennis voor het veilig en bewust leren omgaan met media juist bij docenten aanwezig is of zou moeten zijn. Echter, in het onderwijs komt wel steeds meer aandacht voor het bijbrengen van mediawijsheid bij kinderen, waarbij ook aandacht is voor veilig en bewust omgaan met (sociale) media, maar leerkrachten voelen zich meestal niet competent om met ouders te praten over de mediaopvoeding thuis. Ook de meeste mediacoaches zijn niet direct toegerust om pedagogische vraagstukken rond mediagebruik te beantwoorden.

De aandacht van school voor mediaopvoeding bestaat meestal uit het organiseren van een jaarlijkse ouderavond al dan niet met een ad hoc ingevlogen deskundige. De Ouderraad is vaak organisator van de bijeenkomsten. Zulke avonden zijn effectief voor het uitspreken van de rollen van ouders en leerkrachten (bijv. rond pestproblemen) en het creëren van bewustwording bij de ouder, maar tegelijk ook vluchtig en niet zelden frustrerend. Docenten vinden namelijk vaak dat zij niet ook nog eens op school belast willen worden met het gedeelte van de mediaopvoeding dat thuis moet gebeuren. Ouders denken juist dat op school meer kennis aanwezig zou moeten zijn om kinderen goed te begeleiden in hun mediagebruik, omdat het kennis veronderstelt die ouders niet in huis hebben. Het is dus belangrijk dat de wederzijdse verwachtingen over taken en verantwoordelijkheden tussen ouders en school op het gebied van mediaopvoeding duidelijker worden voor iedereen: welk deel hoort voornamelijk bij de ouders en welk deel vindt (ook) plaats op school?

Een ander probleem is dat via ouderavonden slechts een beperkte groep ouders bereikt wordt: vaak zijn het de ouders die zich al bewust zijn van hun informatiebehoefte, of die al problemen hebben gehad rond het gebruik van media, terwijl ook ouders die nog geen problemen hebben, of die zich niet realiseren dat kinderen begeleiding nodig hebben, bereikt moeten worden.

Actiepunten:

- Zoek uit welke concrete verwachtingen ouders hebben van de rol van het onderwijs en andere mede-opvoeders voor hun mediaopvoeding.
- Versterk de kennis, houding en competenties van leerkrachten en andere mede-opvoeders op het gebied van mediaopvoeding (waarbij onderscheid gemaakt moet worden tussen mediawijsheid en mediaopvoeding), zodat mede-opvoeders structureel en systematisch ondersteuning kunnen bieden aan ouders.
- Realiseer in aansluiting hierop meer informatieloketten en bronnen met gevalideerde informatie waar mede-opvoeders de ouders naar kunnen doorverwijzen (zoals leerkrachten bijv. ook doen als het gaat om verkeerd eten). Mede-opvoeders moeten kunnen putten uit de (algemene)

informatievoorziening over kind, media en opvoeding via de gevalideerde database van Opvoeden.nl. Denk hierbij daarnaast bijvoorbeeld ook aan de rol van Kennisnet voor het onderwijs en aan Mediasmarties.nl die informeert over mediaproducten die geschikt zijn voor kinderen.

- Realiseer meer projecten zoals het kinderopvang-project Digidreumes; hiermee worden pedagogisch medewerkers geprofessionaliseerd in zowel hun eigen mediawijsheid als hun competenties om mediaopvoeding vorm te geven. Bewust onderdeel van dit project is de geregelde intensieve uitwisseling tussen professional en ouder, o.a. gesteund door een web-portal en een begeleidend boek voor beide doelgroepen.
- Versterk mogelijkheden voor lokale opvoedondersteuning waar ouders en mede-opvoeders elkaar kunnen vinden, vooral ook afgestemd op specifieke gezinssituaties; organiseer bijv. op mediaopvoeding aangepaste 'lichte' bijeenkomsten van Triple P of andere ondersteuningsprogramma's.

Actoren: VNG, St. Opvoeden i.s.m. Mediaopvoeding.nl en NJi (validatie) en haar partners.

5. Professionals in het stelsel van zorg voor jeugd

Doel: Professionals beschikken over up-to-date kennis, houding en vaardigheden op het terrein van mediaopvoeding, zodat ze 1) kunnen begrijpen wat er nodig is voor een effectieve mediaopvoeding en 2) van daaruit ouders goed kunnen ondersteunen bij de opvoeding, ofwel zelf ofwel via verwijzing.

Het veld van ondersteuners moet breed worden gezien. Het gaat om professionals die ouders kunnen ondersteunen bij 'gewone' opvoedvragen, maar ook om professionals die steun bieden als de opvoeding of het opgroeien intensievere aandacht vraagt. Bij lichtere opvoedvragen gaat het niet alleen om steun op het gebied van welzijn en zorg, maar juist ook om het snijvlak met professionele ondersteuning vanuit het culturele media-terrein. Professionals in verschillende sectoren van het jeugdstelsel hebben elk hun eigen functie, maar kunnen elkaar juist ook versterken: de bibliothecaris of mediacoach heeft immers een andere rol in de ondersteuning van ouders zoals het kunnen adviseren bij leeftijdsgeschikte mediaproducten, dan de jeugdgezondheidsarts die bijvoorbeeld adviseert bij vetzucht in relatie tot mediagebruik, of de remedial teacher die een inschatting moet maken van wel of geen media inzetten bij het verhelpen van leerachterstanden.

In situaties waar mede-opvoeders de opvoeding van het kind (tijdelijk) grotendeels van de ouder hebben overgenomen is per definitie sprake van een moeilijke opvoedsituatie. Het kan gaan om kinderen met gedragsproblemen of beperkingen of om ouders die door omstandigheden de opvoeding niet goed kunnen uitvoeren. Ouders hebben dan bijvoorbeeld met meerdere hulpverleners contact, zoals de remedial teacher, intern begeleider, de wijk-jeugdagent bij de politie, de orthopedagoog in de jeugdzorg etc. Het mediagebruik kan in die gevallen juist een extra risico vormen voor de ontwikkeling en het opgroeien van kinderen als het ongecontroleerd is en de mediaopvoeding te kort

schiet. De mede-opvoeder dient dan dus extra aandacht te kunnen geven aan wat de media voor die kinderen kunnen betekenen en moeten dat met de ouders kunnen delen.

Huidige situatie: De ‘formele’ informatievoorziening door professionele opvoeders aan ouders schiet te kort. Er zijn drie redenen. Ten eerste, er is nog geen systematische informatievoorziening voor professionals. Medewerkers in het stelsel van zorg voor jeugd en opvoedingsondersteuning hebben geen ‘loket’ of aanspreekpunt waar zij gevalideerde kennis over kind, media, opgroeien en opvoeden kunnen vinden. Ook zij zijn aangewezen op zelf zoeken via Google en ad hoc informatie in kranten, magazines en andere informatiebronnen.

In de tweede plaats is de professionalisering van professionele mede-opvoeders op het onderwerp mediaopvoeding ongeorganiseerd. Er bestaan nog nauwelijks opleidingen die professionals scholen in de mediaopvoeding. Windesheim Pedagogiek is in 2013 als eerste gestart met een minor Mediawijsheid en mediaopvoeding. Met ingang van het leerjaar 2012-2013 biedt de minor afgestudeerde pedagogen gevalideerde kennis en trainingen in competenties rond mediaopvoeding. Verder is er nog weinig structuur in het aanbod van trainingen, en bij- en nascholing binnen en buiten het beroepsonderwijs dat gericht is op het bevorderen van mediawijsheid. Voor zover bekend, is daarin geen specifieke of onvoldoende aandacht voor de pedagogische kant van het mediagebruik van kinderen en dus ook niet voor de mediaopvoeding. Mediaccoach trainingen zijn zonder meer waardevol, maar daar kan niet van verwacht worden dat zij alle opvoed- en ontwikkelingsaspecten van kinderen even uitgebreid behandelen als de volwaardige pedagogiekopleidingen doen.

Bij trainingen en opleidingen zijn de volgende problemen en vraagstukken te benoemen:

- Het is onbekend of het aanbod van deskundigheidsbevordering op het gebied van mediawijsheid (ad hoc trainingen, coachopleidingen en andere initiatieven), waarmee professionals zich kwalificeren voor bevordering van mediawijsheid bij verschillende groepen burgers, ook de deskundigheid oplevert die nodig is voor het begeleiden van ouders in de mediaopvoeding. Kortom, wat kunnen en kennen professionals die een opleiding hebben gevolgd; is dit voldoende voor alle soorten vragen die ouders hebben en kunnen de professionals hun kennis en vaardigheden in de praktijk van opvoedingsondersteuning overdragen?
- Hoe komen professionals in de opvoedingsondersteuning aan de nodige vakkennis om ouders te ondersteunen bij de mediaopvoeding? Zijn er kennisnetwerken waar ze gebruik van kunnen maken? Worden zij wel bereikt met de bestaande trainingen en opleidingen?
- Zijn er medewerkers in bepaalde gebieden en sectoren die nu geen of te weinig professionele vakondersteuning krijgen op het gebied van kind, media en opvoeding?
- Het is onbekend welke specifieke behoeftes aan kennis, houding en vaardigheden er nu precies leven bij professionals in verschillende deelgebieden van de jeugdsector.

Voor dit laatste aandachtspunt geldt wel dat het NJi heeft eind 2012 opdracht gegeven tot een verkenning van behoeftes van professionals op het terrein van mediaopvoeding. Deze verkenning moet inzicht geven in wat op de korte en lange termijn nodig is aan materialen, leermiddelen en andere initiatieven om professionals structureel te ondersteunen.

In de derde plaats, geldt dat er nog weinig kennis is uit onderzoek over wat media kunnen betekenen voor kinderen in moeilijke opvoedsituaties, zowel wat betreft de risico's als de kansen van op kinderen aangepaste media. Veel studies naar de effecten van media op kinderen zijn gericht op 'gewone' kinderen in het gemiddelde gezin.

Actiepunten:

- Professionals moeten gestructureerd informatie over kinderen, media en opvoeding kunnen krijgen via gevalideerde informatiebronnen als opvoeden.nl, zowel voor de lichte ondersteuning aan ouders, als voor hulp bij zwaardere problematiek.
- Professionals moeten kunnen leren om vanuit hun functie als ondersteuner het gesprek aan te gaan met ouders over de mediaopvoeding.
- Zorg voor een evaluatie van bestaande opleidingstrajecten: hoeveel zijn er; welke invalshoek hebben ze: mediawijsheid of mediaopvoeding; hoe is het lesmateriaal georganiseerd; wat kunnen professionals na de opleiding etc.
- Zet in op de versterking en een goede onderlinge aansluiting van de verschillende opleidingen en trainingen.
- Intensiveer en verspreid de minor Mediawijsheid en mediaopvoeding van de HBO pedagogiekopleiding naar andere opleidingen buiten Windesheim.
- Versterk de samenwerking tussen pedagogiek opleidingen en de communicatiewetenschappen; bijvoorbeeld zoals HBO Windesheim en de leerstoel Mediaopvoeding (Erasmus Universiteit Rotterdam) in de vorm van promotietraject(en) rond mediaopvoeding in de pedagogiek.

Actoren: NJi i.s.m. mediaopvoeding.nl (backoffice); partners van Mediawijzer.net; opleidingsinstituten en –organisaties.

6. Media-experts

Doel: Experts in het veld van mediawijsheid dragen op structurele wijze hun kennis en vaardigheden uit en over aan ouders en aan beroepsmatige mede-opvoeders. Bij voorkeur doen de experts dit getrap via de formele informatiebronnen voor ouders, namelijk de professionals in de sector van de opvoedingsondersteuning. Experts moeten dus vooral meer een backoffice functie in gaan nemen. Zij zijn degenen die, achter de schermen, zorgdragen voor 1) het coherent uitdragen van informatie aan de actoren en partijen die directe opvoedingsondersteuning verlenen, en 2) het verzamelen van (nieuwe) vraagstukken bij ouders en opvoeders waar antwoorden op gegeven moet worden.

Huidige situatie: De informatievoorziening over kind, media en opvoeding gebeurt nu niet of nauwelijks via de geëigende kanalen voor opvoedingsondersteuning. Er lijkt een scheiding te zijn tussen opvoed-professionals die nu nog weinig informeren over mediaopvoeding, en mediawijsheid-professionals die hun eigen kennis over media op niveau hebben, maar dat nog niet structureel overdragen of delen met opvoeddeskundigen.

Trend is wel dat kennis-makelaars op zoek zijn naar het uitdragen en ‘vertalen’ van hun kennis: het Instituut voor Verslavingsonderzoek (IVO), de afdeling Kind en Media bij de UvA (CCAM), onderzoekers van kind en commercie bij de RUN (BiteScience), het Europese project EU Kids Online, publiceren alle regelmatig updates van (eigen) onderzoek op hun websites of via nieuwsbrieven voor een geïnteresseerd publiek. Hierbij is echter nog geen systematische samenwerking, waardoor de geproduceerde kennis op zich zelf staat en professionals er nog nauwelijks gebruik van maken. Dat geldt ook voor journalisten en politici. Zij gaan nu vaak af op incidentele berichten over onderzoek, vaak gebaseerd op sensatie in plaats van op gedegen en gevalideerde onderzoekskennis.

Informatie voor ouders en voor professionals over kind en media is vooralsnog eerder algemeen dan op maat:

- Er wordt in de praktijk nog onvoldoende gebruik gemaakt van al bestaande kennis.
- Er is nog weinig bekend uit onderzoek over mediaopvoeding in specifieke situaties, bijvoorbeeld zoals bij kinderen met een (geestelijke) beperking of aandoening, of bij ouders die door persoonlijke of situationele omstandigheden onvoldoende aandacht aan de opvoeding kunnen geven.
- Er is nog onvoldoende oog voor hoe de mediaopvoeding door ouders ‘meegroeit’ met de ontwikkeling van kinderen. Het is belangrijk dat de beschikbare informatie zich constant door ontwikkelt.

Actiepunten:

- Ontsluit en koppel kenniscollecties en kennisvergaring van verschillende experts en organisaties aan elkaar. Zorg voor systematiek en borging van kennis uit mediaonderzoek en onderzoek naar opvoeding en ontwikkelingspsychologie. Instituties van kennis-makelaars werken nu elk op individuele basis, met vaak een minimale financiering en zonder onderlinge afstemming.
- Valideer de kennis en informatie uit de kenniscollecties met het oog op eenheid van taal.
- Verspreid de kennis en informatie op systematische wijze onder professionele en mede-ondersteuners van ouders, zodat zij ouders kunnen versterken in hun mediaopvoeders-rol.

Actoren: Mediaopvoeding.nl i.s.m. NJi; St Opvoeden.nl; kennisinstituten en partners Mediawijzer.net.

7. Landelijk en lokaal beleid

Huidige situatie: In de komende jaren wordt het stelsel van zorg voor jeugd herzien, waarbij de verantwoordelijkheid voor voorzieningen centraal bij de gemeenten komt te liggen. Er komt daarbij meer nadruk te liggen op opvoedingsondersteuning als preventieve vorm van versterking van ouder en kind en ter voorkoming van zwaardere problematiek. Deze transitie en transformatie van het stelsel vindt plaats van 2012 tot 2015. Het is belangrijk – want niet vanzelfsprekend – dat mediaopvoeding wordt meegenomen als belangrijk onderdeel van de preventieve opvoedingsondersteuning, zowel door overheden op landelijk niveau, als door gemeenten op lokaal niveau. Voor de gemeenten is dit een geheel nieuw thema in het domein van bijvoorbeeld cultureel- en buurtwerk, onderwijs, en vooral ook van de lokale opvoedingsondersteuning.

Tegelijk liggen er juist kansen in de manier waarop ouders elkaar kunnen ondersteunen en waarin ze gerichte ondersteuning in en uit het lokale veld kunnen krijgen. Door uitwisseling van kennis en ervaring op het gebied van omgaan met media tussen ouders in hun eigen omgeving en door ondersteuning van lokale professionals met preventieve taken kan het bewuste gebruik van media in het gezin vooral versterkend zijn voor de ontwikkeling van het kind.

Op landelijk niveau heeft het thema mediaopvoeding annex mediawijsheid relaties met verschillende ministeries, die zich er elk vanuit een eigen verantwoordelijkheid mee bezig houden. “Kind en media” heeft bijvoorbeeld te maken met aspecten van onderwijs, cultuur, zorg voor de geestelijke en fysieke gesteldheid van kinderen, maar ook met wettelijke bescherming, economische zaken etc. Vanuit elk van deze achtergronden moet eigen landelijk beleid gevoerd worden, zijn er Europese richtlijnen en programma’s, en zijn er allerlei aparte financieringsregelingen. Dit levert het risico van versnipperd beleid op met verschuiving of onduidelijkheid van verantwoordelijkheden, waardoor het onderwerp mediaopvoeding tussen wal en schip kan vallen.

Actiepunten:

- Zorg dat er een samenhangend beleid komt op het thema kind, media en opvoeding.

Actoren:

Nader te bepalen, o.a. in gezamenlijk overleg met in ieder geval OCW, VWS, VenJ en de VNG.

Verdere actielijnen

Om te komen tot een samenhangend meerjarenprogramma is het nodig om bovenstaande actielijnen gericht verder uit te werken per doelgroep, met SMART doelstellingen, activiteiten en evaluatiepunten. Vooralsnog zijn daarbij onderstaande korte en lange termijn aspecten te benoemen.

Korte termijn 2013

- Op dit moment vervult mediaopvoeding.nl een belangrijke informatiefunctie voor ouders. De website is een initiatief van Mijn Kind Online, Ouders Online en het Nederlands Jeugdinstituut, opgezet met steun van Mediawijzer.net en bevat veel op maat toegespitste informatie over vragen waar ouders mee zitten. De financiering van de website en daarmee de opbouw van op-maat-kennis is problematisch. Er is misschien wel ad hoc direct kortdurende financiering te regelen (o.a. van OCW, Stichting Opvoeden.nl en NJi), maar er is geen uitzicht op structurele ondersteuning op langere termijn. Het is onwenselijk de exploitatie van mediaopvoeding.nl nu te staken, omdat het een belangrijke bron van kennis is over de informatiebehoefte van ouders. De huidige situatie is echter zo nijpend, dat vragen niet meer beantwoord kunnen worden. De mogelijkheid voor ouders om te reageren op bestaande vragen en antwoorden is al eerder in 2013 gesloten.
- In overleg met Stichting Opvoeden.nl wordt nu gekeken naar het breder verspreiden van de kennis van mediaopvoeding.nl via de database en digitale kanalen van Opvoeden.nl. Die informatie komt dan rechtstreeks terecht bij ouders via de websites van aangesloten CJG's (Centra voor Jeugd en Gezin). Dat is een eerste stap in het versterken van de eigen kracht van ouders.
- Daarnaast kunnen ook professionals putten uit deze database, voor de ondersteuning van ouders (lichte, preventieve opvoedsteun).
- Het NJi heeft Mijn Kind Online opdracht gegeven om een verkenning uit te voeren naar de behoeften van professionals in het veld van opvoedingsondersteuning op het gebied van kennis, vaardigheden, en materialen. Dit onderzoek in de vorm van focusgroep-gesprekken wordt dit voorjaar uitgevoerd en gerapporteerd. De uitkomsten moeten worden vertaald naar een ondersteuningsaanbod voor beroepsmatige mede-opvoeders en professionele opvoedondersteuners, zodat de vraagbeantwoording ook kan plaatsvinden in het lokale veld in plaats van alleen via een landelijke website. De website mediaopvoeding.nl blijft dan een landelijke backoffice functie behouden, waar de meest actuele kennis rond mediaopvoeding beschikbaar is op basis van theorie en praktijk.

Langere termijn 2014 en verder

- De latente vraagstukken van ouders over mediaopvoeding moeten manifest worden. Vragen die leven bij ouders moeten terecht komen bij de professionals die hen bij de opvoeding ondersteunen en bij de mediawijsheid-experts (backoffice). Daardoor kunnen ouders in een zo vroeg mogelijk stadium ondersteuning krijgen.
- Onderzoek en verkenningen van media-opvoedvraagstukken bij gezinnen van verschillende specifieke situaties is dus gewenst. Een goede regelmatige monitor van het mediagebruik in het dagelijks bestaan van kinderen vanaf de babyleeftijd tot aan de adolescentie is nodig om de vragen, zorgen en verwachtingen van ouders over het mediagebruik van kinderen in een context te kunnen plaatsen. Zulke informatie biedt een norm voor professionals.
- De kennis rond mediaopvoeding moet verder uitgebreid worden naar mediagebruik bij verschillende doelgroepen van kinderen (b.v. met ADHD, autisme of andere beperkingen) en ouders (b.v. met mentale beperking of psychische stoornis) en voor specifieke gezinssituaties (denk aan echtscheiding en intergenerationele

opvoedsituaties). Professionals in praktijk en opleiding moeten hun kennis op het gebied van mediaopvoeding hiervoor uitbreiden en hun vaardigheden om ouders ook in deze gevallen te kunnen ondersteunen versterken. Hiervoor moet een plan van aanpak worden uitgewerkt, voorzien van een aanbod van deskundigheidsbevordering.

- Gemeentes moeten mediaopvoeding opnemen in hun visie rond opvoedingsondersteuning. Deze visie moet worden vertaald naar lokaal beleid: waar en hoe kunnen ouders mediaopvoedingsondersteuning krijgen en welke organisaties zijn hierbij betrokken. Daardoor ontstaat een dekkend aanbod in relatie tot de vraag.
- Er moet inzicht komen in waar de verantwoordelijkheden liggen voor de ondersteuning op de drie niveaus: ouders, professionals, backoffice. Inbedding moet gebeuren in landelijk en lokaal beleid, en er moet duidelijkheid zijn hoe dit financieel georganiseerd wordt.