



Rapport

Opvoeden en Sociale Media

Behoeftte-onderzoek onder ouders en evaluatie van opvoeddebatten

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid

24 juli 2026

Radar  Advies

Rapport

Voor u ligt de rapportage van het onderzoek Opvoeden en Sociale Media. Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid heeft RadarAdvies gevraagd dit onderzoek uit te voeren. Doel van het onderzoek is om de behoeften van ouders rondom opvoeden en sociale media te inventariseren, evenals het proces en de ervaren effecten in kaart te brengen van het thema-specifieke debat Opvoeden en Sociale Media van Trias Pedagogica.

Opdrachtgever

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid

Uitvoerder

RadarAdvies
Veemarkt 83
1019 DB Amsterdam
(020) 463 50 50
www.radaradvies.nl

Auteurs

Aileen van Leeuwen
Fenna Keijzer
Yousra Ouhdifa

Inhoudsopgave

MANAGEMENTSAMENVATTING	3
1 INTRODUCTIE	6
1.1 Aanleiding van het onderzoek	6
1.2 Onderzoeksvragen	7
1.3 Methodologie	7
1.4 Beperkingen van het onderzoek	8
2 UITVOERING	10
2.1 Werving	11
2.2 Deelname en groepsdynamiek	12
2.3 Opbouw en activiteiten	13
2.4 Rol van debatleider	15
3 BEHOEFTE VAN OUDERS	17
3.1 Behoefte aan het thema-specifieke opvoeddebat	17
3.2 Vragen van deelnemers	18
3.3 Wordt voldaan aan de behoeften?	19
3.4 Overige behoeften	20
4 ERVAREN EFFECTEN	22
4.1 Opbrengsten van de debatreeks	22
4.2 Resultaten ten opzichte van de doelstellingen	22
4.3 Werkzame elementen	35
5 CONCLUSIE	38
6 KANSEN VOOR DE TOEKOMST	41
6.1 Aanbevelingen voor Trias	41
6.2 Aanknopingspunten voor de opdrachtgever	42
BIJLAGE 1 – DOELEN VAN DE DEBATREEKS	44
BIJLAGE 2 – GELEERDE LESSEN VOOR GEMEENTEN OVER ONDERSTEUNING ROND OPVOEDEN EN SOCIALE MEDIA	45

Managementsamenvatting

Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid heeft RadarAdvies gevraagd onderzoek te doen naar de behoeften van ouders rondom opvoeden en sociale media, en naar de uitvoering en ervaren effecten van het thema-specifieke debat Opvoeden en Sociale Media van Trias Pedagogica. Het adviesbureau Trias Pedagogica (hierna: Trias) staat bekend om haar opvoeddebatten voor vaders en moeders met een migratieachtergrond. Trias ontwikkelde een nieuwe thema-specifieke debatreeks Opvoeden en Sociale Media, gericht op het versterken van ouderbetrokkenheid en in het bijzonder vaderbetrokkenheid bij mediaopvoeding. Dit onderzoek brengt in kaart welke behoeften deelnemende ouders hebben, hoe de uitvoering van de debatreeks verloopt, welke veranderingen deelnemers ervaren en welke aanknopingspunten er zijn voor doorontwikkeling en beleid.

Het onderzoek vond plaats van november 2025 tot en met juli 2026 en is uitgevoerd met een ‘mixed methods’ benadering. De conclusies zijn gebaseerd op een bureauonderzoek, twee vragenlijsten voor deelnemers (een voor- en nameting waarbij in totaal 36 vragenlijsten zijn geanalyseerd), observaties van vier opvoeddebatten, interviews met acht betrokkenen, en aanvullende inzichten van de uitvoerders. De data zijn verzameld bij twee groepen vaders die deelnamen aan de debatreeks in Amsterdam.

Conclusie behoeftenonderzoek

Ouders hebben behoefte aan kennis over de online leefwereld van hun kinderen, maar de grootste behoefte ligt bij een concreet handelingsperspectief. Vaders maken zich regelmatig zorgen over schermtijd, gamen, verslaving en de negatieve impact hiervan op bijvoorbeeld leerprestaties, slaap en relaties met leeftijdgenoten. Ook online veiligheid is een belangrijk thema, zoals online pesten, gevaarlijke online spellen en online criminaliteit. Vooral vaders die zelf niet zijn opgegroeid met digitale middelen ervaren een kennis- en ervaringskloof. De vragen van de deelnemers gaan niet alleen over welke sociale media er zijn of welke risico's er spelen, maar vooral over wat zij concreet kunnen doen in hun situatie: welke afspraken zij kunnen maken, hoe zij grenzen kunnen stellen, hoe zij toezicht kunnen houden en hoe zij het gesprek voeren met kinderen van verschillende leeftijden.

De debatreeks sluit inhoudelijk goed aan bij deze vragen en zorgen. Deelnemers vinden de besproken thema's actueel en relevant, geven aan veel te leren en waarderen vooral de combinatie van informatie en het in gesprek kunnen gaan met andere vaders. Driekwart van de deelnemers geeft aan dat hun grootste vraag is beantwoord. Tegelijkertijd neemt de behoefte aan verdieping niet volledig af. Tijdens de reeks ontstaan ook nieuwe vragen en blijven complexe vragen bestaan, bijvoorbeeld over hoe ouders kunnen omgaan met weerstand van kinderen en hoe zij consequent grenzen kunnen blijven stellen. Dat laat zien dat mediaopvoeding een doorlopend leer- en uitwisselingsproces is.

Na afloop blijft bovendien behoefte bestaan aan actuele en praktische informatie over nieuwe online ontwikkelingen als ChatGPT, specifieke social-mediaplatforms en online risico's. Deelnemers zien mediaopvoeding daarnaast niet alleen als een opvoedvraagstuk binnen het gezin, maar ook als een bredere maatschappelijke opgave, waarbij zij steun van scholen en de overheid op prijs stellen.

Conclusie procesevaluatie

De uitvoering verloopt goed door de laagdrempelige opzet, vertrouwde context en positieve groepsdynamiek. Wat eruit springt is dat de werving via bestaande netwerken en sleutelfiguren goed werkt en dat de huidige manier van werken bijdraagt aan betrokkenheid en uitwisseling tussen de deelnemers.

Er liggen nog kansen op het gebied van groepsregie, zowel inhoudelijk als procesmatig. De bijeenkomsten zijn bewust als debat vormgegeven, maar daardoor komt het ook voor dat deelnemers soms door elkaar praten of feitelijk onjuiste informatie met elkaar delen. De rol van de debatleider zou hierin op sommige vlakken nog meer sturend kunnen zijn. Ook was de terugkomdag direct aansluitend gepland, waardoor de terugkoppeling een minder reflectief karakter kreeg en er na afloop beperkt zicht is op toepassing voor de langere termijn.

Conclusie effectevaluatie (ervaren effecten)

Een belangrijke algemene opbrengst is dat ouders met elkaar het gesprek zijn aangegaan over opvoeden en sociale media. De uitwisseling zelf was waardevol: ouders herkenden elkaars vragen, deelden ervaringen en konden van elkaar leren. De belangrijkste ervaren effecten in lijn met de vooraf opgestelde doelstellingen zijn:

- **De betrokkenheid van deelnemers bij de mediaopvoeding lijkt over het algemeen versterkt.** Deelnemers ervaren hun rol in de mediaopvoeding na afloop sterker dan bij de start en denken meer na over hun voorbeeldfunctie, hun invloed en de manier waarop zij hun kinderen kunnen begeleiden bij sociale media.
- **De debatreeks draagt bij aan bewustwording over het belang van afstemming tussen ouders.** De kwalitatieve data laten zien dat sommige vaders meer met hun partner zijn gaan praten, betere afspraken proberen te maken en bewuster één lijn willen trekken in de opvoeding.
- **De debatreeks lijkt het bestaande bewustzijn van vaders over hun rol in de mediaopvoeding te bevestigen en op onderdelen licht te versterken,** vooral het belang van de actieve vaderrol en het vragen om hulp bij zorgen over sociale mediagebruik.
- **Wat betreft het bijbrengen van kennis zit de opbrengst vooral in het verdiepen en concretiseren van kennis, minder in aantoonbare kennisvermeerdering.** Dat komt mede doordat veel vaders bij aanvang al enige kennis zeiden te hebben en doordat kennis over deze onderwerpen lastig eenduidig te meten is. Wel wijzen de observaties en interviews op verdieping van kennis rond thema's als risico's van sociale media, de leefwereld van hun kind, communicatie, hulp vragen bij zorgen en nieuwe ontwikkelingen als ChatGPT.
- **Bij het ontwikkelen van vaardigheden ligt de opbrengst vooral in het vertalen van inzichten naar eerste stappen in de opvoedpraktijk.** Sommige vaders zijn concreter gaan handelen: zij maken afspraken over schermtijd, praten bewuster met hun kind over sociale media en proberen ook uitleg te geven wanneer zij grenzen stellen. Tegelijk blijft het handhaven van afspraken, vooral bij oudere kinderen, voor sommige vaders ingewikkeld.

De positieve en vertrouwde sfeer, de positieve houding van de debatleider en de mogelijkheid om van elkaar te leren zijn de meest genoemde werkzame elementen om deze effecten te behalen volgens de deelnemers.

Aanbevelingen voor Trias

Omdat de debatreeks goed aansluit bij de behoeften van deelnemers en positief is ontvangen, is het passend om deze breder uit te zetten en de ervaringen uit de eerste twee groepen te benutten voor verdere doorontwikkeling.

- Organiseer daarvoor een interne werksessie met iedereen die betrokken was bij de ontwikkeling en uitvoering van de debatreeks, om de handleiding gezamenlijk door te lopen en ervaringen uit de praktijk te vertalen naar verbeterpunten.
- Daarnaast is het raadzaam om een kleine aanpassing te maken in de structuur van de debatreeks, zodat de terugkomdag kan worden uitgevoerd als reflectiemoment vier tot zes weken na het laatste debat, zonder nieuwe inhoudelijke kennisoverdracht.
- De behoefte aan meer kennis over ChatGPT en AI vraagt om een bewuste keuze over de plek van dit thema binnen het aanbod van Trias. Trias kan bijvoorbeeld één extra inhoudelijke bijeenkomst toevoegen aan de huidige debatreeks of een verdiepingsdebatreeks ontwikkelen. Welke vorm het passendst is, hangt af van het doel dat Trias hiermee wil bereiken. In ieder geval is het belangrijk om expliciete leerdoelen te formuleren, praktische randvoorwaarden goed te organiseren en de koppeling met opvoeding helder te maken.

Aanbevelingen voor het ministerie

De bevindingen geven richting, maar zijn gebaseerd op een beperkte en selecte groep vaders met een migratieachtergrond. De keuze voor deze groep vaders met een migratieachtergrond vloeyde overigens niet voort uit een specifieke beleidsmatige focus van het ministerie op deze doelgroep, maar uit de expertise en praktijk van Trias. Het ministerie kan de inzichten uit dit onderzoek dus beschouwen als één bouwsteen binnen hun bredere beleidsontwikkeling rond mediaopvoeding en digitale weerbaarheid. Deze inzichten kan het ministerie aanvullen met verdere verkenning onder andere doelgroepen, zoals moeders, kinderen en jongeren zelf, ouders zonder migratieachtergrond en ouders in andere lokale contexten. De behoeften die in dit onderzoek naar voren komen liggen vooral op het gebied van concreet handelingsperspectief, toegankelijke kennis over online ontwikkelingen en

steun vanuit de bredere omgeving en overheid. Het ministerie kan daarom verkennen hoe gemeenten, scholen, welzijnsorganisaties en opvoedondersteuners ouders lokaal beter kunnen ondersteunen, bijvoorbeeld via ouderbijeenkomsten, voorlichting over mediaopvoeding of aanpakken waarin scholen, gemeente en welzijnsorganisaties samen optrekken. Ook kan het ministerie bijdragen aan bredere implementatie van deze debatreeks of soortgelijke vormen van opvoedondersteuning in andere contexten. Daarnaast ligt er een landelijke opgave om te verkennen welke maatschappelijke kaders en communicatie ouders kunnen ondersteunen, zoals regels rondom telefoongebruik op school, leeftijdsgrenzen en betere bescherming tegen schadelijke content. Tot slot is het zinvol om de opbrengsten van dit onderzoek actief te delen met gemeenten en met een 'theory of change' de samenhang expliciet te maken tussen behoeften van ouders, beoogde doelstellingen, welke interventies daarbij passen en hoe effecten in de praktijk gemonitord kunnen worden.

1 Introductie

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Jongeren groeien op in een digitale omgeving waarin sociale media een grote rol spelen in hun sociale contacten, zelfbeeld, informatievoorziening en vrijetijdsbesteding. Dat brengt automatisch ook risico's met zich mee, zoals telefoonverslaving, online groepsdruk, blootstelling aan schadelijke inhoud, desinformatie, grensoverschrijdend gedrag of een snelle verspreiding van normen en beelden waar ouders weinig zicht op hebben. Ook in de politiek en het beleid bestaat al langer de worsteling hoe met deze ontwikkeling om te gaan: enerzijds is er brede erkenning van de kansen en het alledaagse karakter van sociale media, anderzijds is er zorg over de impact ervan op de ontwikkeling, veiligheid en (digitale) weerbaarheid van jongeren. Het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid constateert dat bij veel ouders in toenemende mate vragen leven over de online leefwereld van hun kinderen en de gevolgen van het gebruik van sociale media door hun kinderen. Ouders willen hun kinderen hierin ondersteunen, maar zijn vaak onvoldoende toegerust om grip te krijgen op de digitale wereld waarin hun kinderen zich bewegen.

Het adviesbureau Trias Pedagogica (hierna: Trias) staat bekend om haar opvoeddebatten voor vaders en moeders met een migratieachtergrond. De methodiek is ontwikkeld om ouders te bereiken die niet altijd goed worden gevonden door reguliere vormen van opvoedondersteuning en legt de nadruk op het versterken van ouderbetrokkenheid, en in het bijzonder vaderbetrokkenheid. Trias biedt een relatief unieke vorm van opvoedondersteuning, waarin ouders gedurende een langere periode actief met elkaar in gesprek gaan over een thema. In de basisdebatten staan thema's centraal als de rol van de vader en moeder in de opvoeding, communiceren met kinderen, afstemming tussen ouders en het opvoeden in de Nederlandse context. Vanuit deze basismethodiek heeft Trias recentelijk het nieuwe thema-specifieke debat Opvoeden en Sociale Media ontwikkeld. In zeven bijeenkomsten gaan ouders, onder begeleiding van een debatleider, in gesprek over de uitdagingen van het sociale-mediagebruik van hun kinderen. Daarbij is er ook aandacht voor het versterken van digitale vaardigheden en het aanreiken van praktische tips aan vaders.

Trias heeft specifieke aandacht voor het betrekken van vaders met een migratieachtergrond, aangezien zij gemiddeld minder betrokken zijn bij de opvoeding dan moeders en ook op sommige vlakken minder dan Nederlandse vaders zonder migratieachtergrond.¹ De keuze voor een groep vaders met een migratieachtergrond vloeit niet voort uit een specifieke beleidsmatige focus van het ministerie op deze doelgroep, maar uit de expertise en praktijk van Trias.

Het ministerie heeft voorliggende evaluatie laten uitvoeren vanuit een bredere behoefte aan meer kennis over de vragen, behoeften en ervaringen van ouders rondom de online leefwereld van hun kinderen om hen zo beter te kunnen ondersteunen. Het onderzoek richt zich op het proces en de ervaren effecten van het thema-specifieke debat Opvoeden en Sociale Media, en biedt inzicht in de behoeften van ouders ten aanzien van het sociale-mediagebruik van hun kinderen. Deze inzichten kunnen het ministerie ondersteunen bij de verdere beleidsontwikkeling, mogelijk in samenwerking met andere ministeries, zodat beleid rondom digitale weerbaarheid zo goed mogelijk aan kan sluiten bij de vragen en ervaringen van ouders in de praktijk.

¹ Marjolijn Distelbrink, Lauren Ekkelboom, Abdellah Mehrzaz, Amella Mesic, en Trees Pels, Opvoeddebatten met Vaders met een Migratieachtergrond: Een methodiekbeschrijving & -onderbouwing van de basisdebatten (Amsterdam: Trias Pedagogica en Verwey-Jonker Instituut, 2021).

1.2 Onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is in kaart brengen welke behoeften ouders hebben op het gebied van opvoeden en sociale media, hoe de uitvoering van de debatreeks verloopt, welke effecten deelnemers ervaren en welke werkzame elementen daarbij een rol spelen. Dit rapport beantwoordt daarom de volgende onderzoeksvragen:

Behoeften

1. Wat zijn de behoeften van deelnemende ouders met betrekking tot mediaopvoeding en het sociale-mediagebruik van hun kinderen?
2. In hoeverre voldoet de debattenreeks aan deze behoeften?
3. Welke overige behoeften leven er onder de ouders aan het eind van de debatreeks?

Proces en ervaren effecten

4. Hoe verloopt de uitvoering? Wat gaat goed en wat kan beter?
5. Welke veranderingen ervaren de deelnemers in lijn met de vooraf opgestelde hoofddoelen en subdoelen?
6. Wat zijn de werkzame elementen volgens de uitvoerders en de deelnemers?
7. Waar liggen mogelijkheden om de opvoeddebatten door te ontwikkelen en/of te verbeteren?

1.3 Methodologie

Dit onderzoek vond plaats van november 2025 tot en met juli 2026 en maakt gebruik van een *mixed methods* benadering, wat inhoudt dat zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn ingezet. De onderzoeksvragen zijn geoperationaliseerd met behulp van een onderzoeksmatrix.

Bureauonderzoek

Tijdens het bureauonderzoek hebben wij stukken bestudeerd die relevant waren voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen. Hierbij ging het in ieder geval om voorgaande evaluaties², methodiekbeschrijvingen³, de handleiding van deze thema-specifieke debatreeks, en een beschrijving van de debatten in de offerte van Trias.

Vragenlijsten voor de deelnemers

In het onderzoek zijn twee vergelijkbare vragenlijsten met open en gesloten vragen gebruikt: een voormeting aan het begin van de debatreeks en een nameting aan het einde. De deelnemers hebben de vragenlijsten op papier ingevuld. De antwoorden uit beide metingen maakten het mogelijk om verschillen tussen de start en het einde van de debatreeks te analyseren en mogelijke veranderingen in kaart te brengen. In totaal zijn twee groepen onderzocht die tussen januari en mei 2026 deelnamen aan de debatreeks Opvoeden en Sociale Media. De eerste groep vond plaats in Amsterdam-Oost (groep Oost) en de tweede groep in Amsterdam-Noord (groep Noord). Alle deelnemers waren vaders met een migratieachtergrond.

De vragenlijsten zijn voorgelegd aan de opdrachtgever en Trias. Daarmee is getoetst of de vragen voldoende aansloten bij de onderzoeksvraag van de opdrachtgever en of zij begrijpelijk waren voor de deelnemers. In sommige gevallen heeft de debatleider deelnemers tijdens het invullen geholpen met vertalen of met het beter begrijpen van de vragen. Bij de kwaliteitscontrole viel desondanks op dat één deelnemer dusdanig tegenstrijdige antwoorden had gegeven dat niet met zekerheid kon worden vastgesteld of deze persoon de vragen goed had begrepen. Ook uit de antwoorden op de open vragen bleek dat de deelnemer moeite had met de Nederlandse taal. Daarom is besloten deze vragenlijst als onvoldoende betrouwbaar te beschouwen en buiten de analyse te laten.

² Aileen van Leeuwen, en Amy-Jane Gielen, Eindrapport Effect- en Procesevaluatie van Opvoeddebatten Geïmplementeerd door Trias Pedagogica (Den Haag: International Centre for Counter-Terrorism (ICCT), 2025; Naomi van Stapele, en Olivia Bwalya, Plan Evaluatie: Weerbare Vaders (Rotterdam: International Institute of Social Science (ISS), 2021.

³ Distelbrink, Ekkelboom, Mehraz, Mesic, en Pels, Opvoeddebatten met Vaders met een Migratieachtergrond.

Een ruime meerderheid van de deelnemers heeft de vragenlijsten ingevuld. Twaalf deelnemers hebben zowel de voor- als nameting ingevuld (waarvan we er één niet meegenomen hebben in de analyse, zie hierboven), 10 deelnemers hebben alleen de voormeting ingevuld en 4 deelnemers hebben alleen de nameting ingevuld. In totaal hebben we dus 36 vragenlijsten geanalyseerd voor het onderzoek.⁴ De deelnemers hebben er soms voor gekozen om bepaalde vragen niet in te vullen.

Observaties

De onderzoekers hebben in totaal vier observaties uitgevoerd: bij beide groepen één bijeenkomst halverwege de debatreeks en de laatste bijeenkomst. Deze momenten zijn gekozen omdat zij samen zicht geven op zowel de uitvoering tijdens de reeks als de afronding ervan. De bijeenkomst halverwege gaf inzicht in de implementatie, groepsdynamiek, deelname en bespreekbaarheid van het onderwerp, op een moment dat de groep al gewend was aan de setting. De laatste bijeenkomst combineerde een nieuw thema met de terugkomdag, waarin ouders volgens de methodiek van Trias reflecteren op de gehele debatreeks en op wat deelname hen heeft opgeleverd. Daarmee boden de observaties ook waardevolle informatie over de ervaringen van de vaders.

Groepsinterview en individuele interviews

Om diepgaande inzichten te verkrijgen in aanvulling op de vragenlijsten en observaties, zijn per groep drie personen geïnterviewd na afloop van de laatste bijeenkomst. Hierbij gaat het om twee deelnemers en één sleutelfiguur, die de brug vormde tussen Trias en de deelnemers. Bij de eerste groep is gekozen voor een groepsinterview, omdat de bijeenkomst laat in de avond plaatsvond en de beschikbare tijd beperkt was. Bij de tweede groep zijn de deelnemers en sleutelfiguur apart van elkaar geïnterviewd. Ten slotte is ook één groepsinterview georganiseerd met twee betrokkenen van Trias, waarin zowel de implementatie als hun perceptie op de effecten onder de deelnemers is besproken. In totaal zijn dus acht betrokkenen geïnterviewd tijdens het onderzoek.

Ter voorbereiding op interviews zijn topiclijsten opgesteld met de belangrijkste onderwerpen en vragen. Deze zijn van tevoren afgestemd met de opdrachtgever en Trias. Laatstgenoemde had een belangrijke rol in het borgen dat de topiclijsten aansloten bij de vaardigheden, belevingswereld en cultuur van de deelnemers.

Inzichten uitvoerders

Om aanvullend inzicht te krijgen in de behoeften van deelnemers, is ook aan de uitvoerders van Trias gevraagd hierop te letten tijdens de bijeenkomsten. De uitvoerders zijn hierover vooraf geïnformeerd en hebben bijgehouden welke vragen deelnemers stelden, voor welke onderwerpen zij extra belangstelling hadden en welke vragen door tijdgebrek niet meer aan bod kwamen. Zo konden ook tijdens bijeenkomsten zonder observatie door een onderzoeker behoeften van deelnemers worden geïnventariseerd.

1.4 Beperkingen van het onderzoek

Er zijn een aantal methodische beperkingen bij dit onderzoek, die hieronder puntsgewijs worden genoemd:

- **Data van voor- en nameting.** Niet alle deelnemers hebben zowel de voor- als de nameting ingevuld, bijvoorbeeld omdat zij niet bij de eerste of laatste bijeenkomst aanwezig waren. In overleg heeft de debatleider na afloop nog enkele deelnemers benaderd met de vraag of zij de nameting alsnog wilden invullen om zoveel mogelijk data te verzamelen. De vragenlijsten zijn gekoppeld met anonieme koppelcodes. Daardoor kon worden vastgesteld welke voor- en nameting bij dezelfde deelnemer hoorden, zonder dat deze gegevens herleidbaar waren naar individuele personen. In analyses waarin de voor- en nameting direct met elkaar worden vergeleken, zijn daarom alleen

⁴ In Oost hebben 6 deelnemers zowel de voor- als nameting ingevuld (6 inclusief de deelnemer die niet is meegenomen in de analyse; zie toelichting hieronder), 3 deelnemers hebben alleen de voormeting ingevuld en 1 deelnemer heeft alleen de nameting ingevuld. In Noord hebben 6 deelnemers zowel de voor- als nameting ingevuld, 7 deelnemers hebben alleen de voormeting ingevuld en 3 deelnemers hebben alleen de nameting ingevuld. De voormeting is in beide groepen door alle aanwezigen ingevuld. Op één deelnemer na heeft iedereen van de groep in Oost de nameting ingevuld en op twee deelnemers na iedereen in Noord, dit waren alleen niet allemaal dezelfde mensen als de voormeting, gezien de variatie in deelname.

deelnemers meegenomen die beide metingen hebben ingevuld. Vragenlijsten van deelnemers die alleen de voor- of alleen de nameting hebben ingevuld, zijn wel meegenomen in de groepsgemiddelden per meetmoment.

- **Beheersing van de Nederlandse taal.** Hoewel bij de selectie van de groepen aandacht is geweest voor voldoende beheersing van het Nederlands, bleek het taalniveau voor enkele deelnemers mogelijk een belemmering bij het zelfstandig invullen van de vragenlijsten. Daarom hebben we een kwaliteitscontrole gedaan op alle ingevulde vragenlijsten om te kijken of de antwoorden consistent en navolgbaar waren. Eén vragenlijst is op basis daarvan als onvoldoende betrouwbaar geacht en buiten de analyse gelaten. Daarnaast kan taalvaardigheid hebben meegespeeld in de mate waarin deelnemers hun ervaringen, behoeften en veranderingen schriftelijk konden toelichten.
- **Interpretaties van behoeften.** Dit onderzoek brengt de behoeften van deelnemers rondom opvoeden en sociale media in kaart. Omdat deelnemers hun behoeften niet altijd expliciet formuleerden, zijn deze deels afgeleid uit hun vragen, interesses en gesprekken tijdens de bijeenkomsten. Een deel van de data berust daarom op interpretaties van de onderzoekers tijdens de observaties en van de uitvoerders tijdens de overige bijeenkomsten.
- **Sociaal wenselijke antwoorden.** Observaties van de debatreks waren in dit onderzoek nodig om activiteiten, groepsdynamiek en behoeften in beeld te brengen. De aanwezigheid van onderzoekers kan echter van invloed zijn op het gedrag van deelnemers, bijvoorbeeld doordat zij sociaal wenselijke antwoorden geven of bepaalde zaken voor zich houden. Dit risico is zoveel mogelijk beperkt door de aanwezigheid vooraf duidelijk aan te kondigen en de onderzoekers te introduceren. Ook bij interviews en vragenlijsten kan sociaal wenselijkheid optreden. Om dit te ondervangen zijn anonimiteit en vertrouwelijkheid benadrukt en is gewerkt met open vragen, zodat ruimte ontstaat voor meer genuanceerde antwoorden.
- **Geen causale effectmeting.** Dit onderzoek richt zich op de ervaren effecten van de opvoedebatten en maakt geen gebruik van een controlegroep. Daardoor kunnen geen causale uitspraken worden gedaan over de mate waarin veranderingen in kennis, vaardigheden of gedrag rechtstreeks het gevolg zijn van de debatreks. Ook andere factoren kunnen hierbij een rol hebben gespeeld. Wel biedt de combinatie van vragenlijsten, observaties en interviews inzicht in de veranderingen die deelnemers zelf ervaren en in de elementen van de debatreks die daar volgens betrokkenen aan hebben bijgedragen.

De methodische beperkingen hebben we zoveel mogelijk geprobeerd te beheersen om daarmee een zo betrouwbaar mogelijk beeld te schetsen.

2 Uitvoering

Dit hoofdstuk geeft inzicht in hoe de uitvoering van de debatreksen zijn verlopen. Allereerst bieden we een korte beschrijving van de thema-specifieke debatreksen Opvoeden en Sociale Media. Vervolgens gaat het hoofdstuk in op hoe de werving van deelnemers is gegaan (2.1), de deelname en groepsdynamiek (2.2) de opbouw en implementatie van de activiteiten (2.3) en de rol van de debatleider (2.4). Bij alle onderwerpen is aandacht voor wat goed gaat en waarom, en waar nog kansen liggen.

Beschrijving debatreksen Opvoeden en Sociale Media

In zeven bijeenkomsten van elk twee uur gaan ouders (in dit geval: vaders), onder begeleiding van een debatleider, in gesprek over het sociale-mediagebruik van hun kinderen. Iedere bijeenkomst behandelt een eigen thema. De debatleider geeft eerst een korte inhoudelijke presentatie over een sub-thema (zie hieronder), aan de hand waarvan het gesprek opgestart wordt. Trias werkt met een vooraf opgesteld programma, maar biedt binnen dat programma ruimte voor vragen en inbreng van deelnemers. Dit kan betekenen dat de debatleider tijdens de reeks onderdelen aanpast of andere accenten legt. Na elke bijeenkomst krijgen de deelnemers een huiswerkopdracht mee om bijvoorbeeld een gesprek aan te gaan met hun kind of partner. Iedere bijeenkomst start met een terugblik op het vorige opvoeddebat en het bespreken van de huiswerkopdracht.

De zeven bijeenkomsten gaan over de volgende thema's:

1. **Eigen ervaringen:** deelnemers verkennen hun eigen gebruik van sociale media en delen ervaringen met elkaar.
2. **De rol van de vader:** deelnemers staan stil bij hun rol en betrokkenheid bij de mediaopvoeding van hun kinderen.
3. **Communicatie met je partner:** deelnemers bespreken afstemming over de opvoeding tussen de vader en moeder, maar ook tussen de ouders en de kinderen.
4. **Opvoeden in balans:** deelnemers bespreken hoe zij duidelijke afspraken kunnen maken met hun partner over het mediagebruik van hun kinderen.
5. **De invloed op kinderen en jongeren:** deelnemers leren welke positieve en negatieve invloed sociale media kunnen hebben op de ontwikkeling van kinderen en jongeren.
6. **Kansen en risico's:** vaders brengen kansen en risico's van sociale media in kaart en bespreken hoe zij hun kinderen daarbij kunnen begeleiden.
7. **Terugkomdebat:** deelnemers kijken terug op de debatreksen en, als ouders daar behoefte aan hebben, wordt een gastspreker uitgenodigd om een sessie over ChatGPT te faciliteren.

De debatreksen heeft twee hoofddoelen:

- De betrokkenheid van vaders met een migratieachtergrond bij de mediaopvoeding van hun kinderen vergroten.
- De afstemming van vaders met hun partners over de mediaopvoeding bevorderen.

Daarnaast heeft de debatreksen drie subdoelen: bewustwording vergroten, kennis bijbrengen en vaardigheden ontwikkelen. Deze subdoelen richten zich onder meer op een het belang van een actieve vaderrol, het belang van hulp vragen bij zorgen, kennis over de eigen invloed op de ontwikkeling van kinderen, de basisprincipes van de opvoeding, kennis over sociale media, en het positief communiceren met partner en kinderen. Een volledig overzicht van de doelstellingen staat in bijlage 1.

2.1 Werving

De werving is grotendeels verlopen via het informele netwerk en de bestaande relaties van Trias. Alle geïnterviewde deelnemers zeggen via-via bij de debatten terecht te zijn gekomen. Trias werkt met sleutelpersonen die een groot netwerk van andere vaders hebben op buurtniveau, bijvoorbeeld omdat zij vaak initiatiefnemer zijn in de wijk of een grote rol hebben in de lokale moskee. In beide groepen had Trias nauw contact met een dergelijke sleutelpersoon (zelf ook vader), die op zijn beurt weer betrokken was bij een grotere groep vaders in de buurt. Alle deelnemers kenden de debatleider ofwel de sleutelpersoon al en kwamen dus via één van hen terecht bij de debatreksen.

De werving gebeurde vaak op plekken waar al vertrouwen aanwezig was en waar de vaders al samenkwamen, zoals binnen moskeeën of buurthuizen. Ook konden beide debatreksen worden gegeven op de plekken waar ook de werving plaatsvond. Een deelnemer zegt over de locatie (een moskee): *‘Dat is een geschikte locatie voor de cursus, omdat veel mensen daar dichtbij wonen.’*

Deze wervingsstrategie voor de debatreksen Opvoeden en Sociale Media is effectief gebleken. De doelgroep van de twee debatreksen waren praktisch opgeleide vaders met een migratieachtergrond en kinderen in de leeftijd van 0 tot 23 jaar. Beide groepen konden snel gevuld worden met het voorziene aantal vaders. In de eerste reeks namen ongeveer 7-10 vaders deel, in de tweede 10-13. Het precieze aantal varieerde per debat. De leeftijden van hun kinderen liepen uiteen. Sommige deelnemers waren al bekend met Trias en hadden eerder een debatreeks gevolgd, maar er waren ook nieuwe vaders in de groep. Het onderwerp sociale media leek een positieve rol te hebben gespeeld in de snelle werving. Uitvoerders van Trias zeggen hier zelf over: *‘Beide groepen waren geïnteresseerd om hierover in gesprek te gaan. Je zou kunnen zeggen dat het hielp bij de werving dat het ging over sociale media’.*

Er zijn diverse werkzame factoren die een bijdrage hebben geleverd aan het succes van de werving. De onderstaande opsomming werkt deze factoren verder uit.

- Het thema sloot direct aan bij de ervaren problematiek van ouders. De herkenning van sociale media als opvoedvraagstuk motiveerde deelname en vergroot betrokkenheid tijdens de werving.
- Het gebruik van bestaande sociale netwerken zorgde voor efficiëntie. Via groepen zoals buurtvaders of bestaande gemeenschappen konden deelnemers gemakkelijk worden bereikt.
- Werving in een informele en herkenbare context verlaagde de drempel om deel te nemen. Locaties als moskeeën en buurthuizen bleken effectief om deelnemers te benaderen en te betrekken. Ook werden beide reeksen georganiseerd op een vertrouwde plek, waar de vaders regelmatig komen (een moskee en een buurthuis).
- De inzet van vertrouwde sleutelfiguren en debatleiders droeg bij aan de bereidheid om deel te nemen. Relaties die soms al jarenlang bestaan (bijvoorbeeld via eerdere trajecten of persoonlijke contacten) droegen sterk bij aan het vertrouwen en het daadwerkelijk deelnemen.
- Praktische zaken speelden ook een rol. De bijeenkomsten werden in de avond gehouden, omdat de vaders dan vaker beschikbaar waren en niet hoefden te werken. Ook had de debatleider met de vaders besproken welk tijdstip het best aansluit bij hun agenda's. De tweede groep vond het belangrijk dat de reeks specifiek niet tijdens, maar ná de Ramadan werd gehouden. De debatten werden verder gepland in relatie tot logische momenten: zo vond de reeks van de eerste groep plaats na het gebed in de moskee, wanneer de vaders toch al aanwezig waren.
- Deelname was niet verplicht. Het vrijwillige en informele karakter van de opvoeddebatten leek een rol te spelen in de succesvolle werving. Hierdoor voelden deelnemers de ruimte om ook 'even' te komen, wat een belangrijke factor zou kunnen zijn voor ouders met kinderen.

Tijdens de werving zijn geen grote uitdagingen naar voren gekomen. Wel zijn de volgende factoren goed om in het achterhoofd te houden.

- Sterke afhankelijkheid van personen maakt de aanpak krachtig en tegelijk kwetsbaar. Omdat Trias een groot netwerk heeft en het benodigde vertrouwen heeft opgebouwd binnen de doelgroep, wordt het mogelijk lastiger om deze groepen te behouden wanneer belangrijke sleutelfiguren ontbreken. Deze netwerkgerichte aanpak is ook

een factor om rekening mee te houden bij opschaling naar nieuwe contexten, omdat het opbouwen van een netwerk en vertrouwen tijd en capaciteit kost.

- Het informele karakter van de debatreeks zorgde ervoor dat deelnemers soms later aansluiten, eerder weggaan of niet alle sessies bijwonen. Zie hierover meer informatie onder 'deelname en groepsdynamiek'.
- Om het laagdrempelige karakter van de opvoedebatten te bewaken, werden deelnemers niet geselecteerd. Hierdoor was niet altijd direct duidelijk of iedereen binnen de beoogde doelgroep valt. Tijdens de gesprekken viel wel op dat ruime meerderheid van de deelnemers kinderen heeft tussen 0-23 jaar en dat er een spreiding was in de leeftijden van de kinderen. Ook nam een grootvader deel met kleinkinderen in deze leeftijdscategorie.

2.2 Deelname en groepsdynamiek

De sfeer en groepsdynamiek was open, informeel en laagdrempelig. In observaties en interviews kwam consistent naar voren dat deelnemers zich vrij voelen om ervaringen te delen en op elkaar te reageren. Er was sprake van een ongedwongen sfeer waarin deelnemers durven te spreken: *'De sfeer was veilig: mensen reageerden vrij op elkaar en deelden persoonlijke ervaringen'*, zo stelt een deelnemer. Deelnemers stelden actief vragen, deelden persoonlijke situaties en zochten samen naar oplossingen. Dit droeg bij aan de diepgang van het gesprek en het leren van elkaar. In de groepen bestaat al langer contact tussen deelnemers, wat het vertrouwen en de openheid versterkt. De sleutelfiguur geeft aan dat er eerder ook misverstanden bestonden binnen de groep en dat ze hierna een duidelijke doelstelling met elkaar hebben gesteld om elkaars mening te accepteren. Dit gebeurde in de debatreeks ook. Zo zegt de sleutelfiguur hierover: *'Nu zitten we al twee jaar, we kennen elkaar goed... je weet wat je met elkaar meemaakt'*. Dit komt overeen met wat de uitvoerders beogen te bereiken: *'We willen een community bouwen, waarbij de groep bij elkaar blijft'*.

Er is sprake van actieve deelname, maar niet alle deelnemers komen in gelijke mate aan het woord. Hoewel vrijwel alle deelnemers gedurende de bijeenkomsten bijdroegen, waren er duidelijke verschillen in mondigheid en participatie. Sommige deelnemers voerden meer de boventoon, terwijl anderen vooral luisteren. Waar dit precies mee samenhangt, is lastig vast te stellen. De groepen bestonden uit verschillende persoonlijkheden en deelnemers kenden elkaar al, waardoor bestaande groepsdynamieken kunnen doorwerken in de gesprekken. Er zijn geen aanwijzingen dat verschillen in deelname samenhangen met een onveilige sfeer. Mogelijk speelden taalvaardigheid en het tempo van de discussie een rol. Hoewel informatie regelmatig werd herhaald en deelnemers ook in het Arabisch of Tamazight konden reageren, leek actief deelnemen in het Nederlands voor sommige deelnemers lastiger. Wel kwamen uiteindelijk alle deelnemers op enig moment aan het woord tijdens de geobserveerde bijeenkomsten.

Aandacht en concentratie fluctueerden gedurende de bijeenkomsten. Observaties laten zien dat deelnemers soms afgeleid of 'uitgecheckt' waren, wat invloed had op het tempo en de energie van de bijeenkomsten. Dat gebeurde bijvoorbeeld wanneer deelnemers eerder weggaan of later aansluiten. Ook het late tijdstip van de debatreksen leek hierin een rol te spelen, waardoor vaders wat vermoeider zijn, grapjes beginnen te maken of de aandacht er niet bij hebben. Ook komt in de observaties naar voren dat de aandacht van de deelnemers aan het einde wegzakte, omdat deelnemers naar huis moesten (groep in Oost) of omdat er een voetbalwedstrijd begon die men wilde zien (groep in Noord). De open sfeer leidde tot levendige gesprekken, maar deelnemers praatten en lachten soms door elkaar en het vroeg inzet van de debatleider om structuur en focus te behouden.

De diepgang van het debat hing sterk samen met de kennis van de groep. De kennis van sociale media kan erg verschillen; zo gebruikten sommige vaders zelf sociale media en konden ze online ontwikkelingen noemen terwijl andere vaders verder van het onderwerp af leken te staan, waardoor het voor hen ingewikkeld was om er een diepgaand gesprek over te voeren. Bij het onderwerp sociale media speelt dit kennisverschil mogelijk meer dan bij onderwerpen die centraal staan in andere debatreksen, zo stelt Trias zelf. Dit is een factor om rekening mee te houden tijdens de werving, de opbouw van de debatreeks en het soort gesprek dat gevoerd kan worden.

2.3 Opbouw en activiteiten

De debatreeks kent een vaste opbouw met een combinatie van kennisoverdracht, gezamenlijke reflectie en huiswerkopdrachten. De bijeenkomsten startten doorgaans plenair met een gezamenlijke opening, bespreking van de huiswerkopdracht en introductie van het nieuwe thema. Hierna volgde een inhoudelijke toelichting op het thema van de dag (zoals de invloed van sociale media, kansen en risico's of het gebruik van ChatGPT), waarna een groepsgesprek plaatsvond waarin deelnemers hun eigen ervaringen en vragen inbrengen. De debatleider gaf tussendoor ook praktische tips en illustreert situaties met voorbeelden.

Inhoudelijke informatie

De inhoudelijke invulling balanceerde tussen thematische kennisoverdracht en specifieke verdieping op vragen en behoeften van vaders. De uitvoerders geven aan dat sociale media een omvangrijk onderwerp is, waardoor tijdens de ontwerpfase keuzes moesten worden gemaakt over wat binnen de beschikbare tijd behandeld kon worden. Een aantal thema's is centraal gesteld en kwam gedurende de hele debatreeks aan bod, zoals de rol van de vader in de sociale-mediaopvoeding en de communicatie met kind en partner. Dit kwam onder meer terug in de huiswerkopdrachten en in de gesprekken na de inhoudelijke toelichting op elk thema. Zo werd tijdens een geobserveerde bijeenkomst eerst kennis overgedragen over de invloed van sociale media, waarna vaders bespraken wat dit betekent voor hun eigen gezin en hoe zij hierover met hun kinderen in gesprek kunnen gaan. De observaties lieten daarnaast zien dat er ruimte was voor verdieping op vragen die onder deelnemers leven. Een voorbeeld hiervan is een vader die de Blue Whale Challenge⁵ ter sprake bracht, waarna het gesprek verschoof naar zorgen over online veiligheid en schadelijke online content.

De inhoud van de geobserveerde bijeenkomsten kwam grotendeels overeen met de handleiding voor het thema-specifieke debat. De debatleider vertaalde de handleiding zo goed mogelijk naar de doelgroep. Het overgrote deel van de beschreven inhoud kwam in de praktijk aan bod. Op onderdelen week de uitvoering af van de handleiding, bijvoorbeeld doordat werkvormen werden aangepast en onderdelen plenair in plaats van in subgroepen werden besproken of door tijdsdruk niet volledig aan bod kwamen. De belangrijkste geobserveerde verschillen tussen de handleiding en praktijk zijn:

- De groepsopdracht in bijeenkomst 5, waarin vaders bespreken of zij het mediagebruik van hun kinderen problematisch vinden, is bij de groep in Oost niet in drietallen uitgevoerd zoals beschreven in de handleiding, maar plenair besproken.
- In bijeenkomst 6 (groep in Noord), over kansen en risico's, is het idee volgens de handleiding dat de debatleider op de laptop laat zien hoe sommige tips⁶ praktisch kunnen worden uitgevoerd, maar dit is niet gebeurd. Ook benoemde de debatleider tijdens de observatie dat enkele tips uit de slides niet helemaal duidelijk waren.
- Tijdens de geobserveerde bijeenkomsten zijn geen pauzes gehouden.
- De huiswerkopdrachten werden niet uitgewerkt op een flap, maar wel besproken.
- Tijdens de laatste bijeenkomst was in de tweede groep geen tijd om eerst gezamenlijk terug te blikken; in de eerste groep gebeurde dit wel. Het onderdeel uit de handleiding Oefenen met of bekijken van apps, platforms, is in beide groepen niet geobserveerd.
- Ten slotte staat in de handleiding dat Trias een boekje met tips en presentaties en een certificaat uitdeelt aan de deelnemers. Dit is alleen bij de eerste groep geobserveerd.

Huiswerkopdracht

Elk debat werd afgesloten met een concrete huiswerkopdracht, die in het volgende debat aan bod kwam en daarmee een doorlopende leerlijn creëerde. De debatleider vroeg de sleutelfiguur om een foto te maken van de huiswerkopdracht en deze ook via WhatsApp te delen, wat goed werkte om het onder de aandacht te brengen bij de deelnemers. In de observaties zagen we dat er aan de start van het debat werd gerefereerd aan de huiswerkopdracht.

⁵ Een gevaarlijk online spel voor kinderen dat in extreme gevallen kan escaleren tot zelfverminking of zelfdoding.

⁶ Dit onderdeel heeft betrekking op technische tips, zoals privacy instellingen checken en sterke wachtwoorden gebruiken.

Dit werd bevestigd door een betrokkene van Trias: *‘Aan het begin van het debat merk je dat ze deelnemen en dingen willen bespreken en delen. Dit werkt goed voor de interactie’.*

Niet alle deelnemers gaven aan de huiswerkopdrachten daadwerkelijk te doen, maar het merendeel van de geïnterviewden vond de opdrachten nuttig. Zo zegt een deelnemer hierover: *‘De opdrachten vond ik wel goed en het was een soort herinnering van de belangrijke punten. Het waren ook makkelijke opdrachten, als je ze gezien hebt dan lukt het. Het was fijn dat je het in principe in 3 minuten kon doen, dat werkte goed’.*

Terugkomdag

Voor beide groepen werd een terugkomdag georganiseerd, maar in de praktijk vond deze direct aansluitend op de debatreeks plaats, mede vanwege de ramadan en de planning van dit onderzoek. Achterliggend idee van de terugkomdag is dat er 4-6 weken zit tussen de laatste bijeenkomst en de terugkomdag, waardoor er ruimte ontstaat om terug te kijken op het geleerde en toepassingen in de praktijk. Doordat de terugkomdag direct aansluitend plaatsvond op de andere debatten, was het lastiger om te zien in hoeverre de stof is blijven hangen op de langere termijn.

Tijdens de terugkomdag was de ruimte voor terugblikken beperkt. De terugkomdagen van beide groepen werd gebruikt om een nieuw thema te bespreken met een gastspreker. De groepen gaven in het debat ervoor aan meer te willen leren over ChatGPT, dus vandaar dat hier een extra sessie aan gewijd werd. Daarnaast werd ook tijd gemaakt om de nameting voor het onderzoek in te vullen. Bij beide groepen was er geen ruimte voor uitloop. Hierdoor had de eerste groep beperkt de tijd om gezamenlijk in debat terug te kijken op wat zij geleerd hebben en waar nog uitdagingen liggen; de tweede groep kwam hier helemaal niet aan toe.

ChatGPT sessie

Hoewel ChatGPT geen sociale media is, is hier tijdens het laatste debat een speciale sessie aan gewijd met een gastspreker. Het is namelijk een aanverwante online ontwikkeling en de deelnemers gaven aan hier graag meer over te willen leren, zodat zij hun kinderen ook beter kunnen begeleiden bij het gebruik van AI.

Tijdens de sessie over ChatGPT was een relatief groot kennisverschil onder de aanwezige deelnemers zichtbaar. De gastspreker nam de deelnemers mee in wat ChatGPT is, waar je het voor kan gebruiken en hoe je goede *prompts* kunt schrijven. Sommige deelnemers gebruikten ChatGPT al actief, terwijl anderen het alleen kenden van horen zeggen. Enerzijds is dit verschil in kennis logisch en een voordeel, omdat dit ruimte creëert voor *peer learning* en het gesprek kan verrijken. Anderzijds leiden de kennisverschillen tot een verminderde concentratie (te moeilijk of juist te basaal), en zijn het tempo en de diepgang lastiger te sturen wanneer niet alle deelnemers op hetzelfde niveau instappen.

In beide groepen leken de deelnemers de relevantie in te zien van meer begrip over ChatGPT, maar de link met de rest van de debatreeks was niet altijd duidelijk. De sessie heeft er baat bij om duidelijk geïntroduceerd en gepositioneerd te worden door de debatleider. In de eerste groep lukte dit goed. In de tweede groep kwam de sessie ‘uit de lucht vallen’, omdat de debatleider nog niet aanwezig was op de locatie. De sessie startte daarom zonder introductie van de gastspreker en de leerdoelen. Hierdoor werd niet duidelijk uitgelegd waarom deze sessie bijdraagt aan zowel begrip van ChatGPT als het belang om dit te begrijpen voor de opvoeding.

De demonstratie van ChatGPT en het oefenen met het formuleren van prompts maakte de presentatie concreet. De gastspreker vroeg de groep om vragen over de opvoeding te formuleren voor ChatGPT, dus hier werd de link met opvoeden gemaakt. In beide groepen werden eerst grappen gemaakt over de in te voeren vragen, maar uiteindelijk kwamen de deelnemers wel tot opvoedvragen als *‘hoe voer ik een 10-minuten gesprek over mijn zoon?’* of *‘hoe kan ik het best met mijn kinderen communiceren over de verschillende regels die ik hanteer?’*.

De aandacht voor en het tempo van de presentatie zakte diverse malen weg tijdens de demonstratie vanwege een aantal technische storingen. Aan het begin van de demonstratie duurde het even om internetverbinding te krijgen en aan het eind moest de demonstratie stopgezet worden, omdat de limiet van het aantal vragen bij de gratis versie bereikt was. Ook kwam de focus te liggen op de antwoorden van ChatGPT op de opvoedvragen. Hoewel dit een interessante gespreksstarter kan zijn, was het nu te langdradig en lukte het niet om er interactie met de groep over te faciliteren. Een deelnemer benoemde dat hij het fijn zou vinden om door te gaan met de uitleg over ChatGPT en minder lang bij de antwoorden stil te staan.

De sessie over ChatGPT maakte zichtbaar dat het binnen de beschikbare tijd lastig was om kennisoverdracht, aansluiting bij de doelgroep, de vertaling naar opvoedvragen en praktische oefening goed te combineren. Het onderwerp riep bij deelnemers interesse op, maar liet ook zien dat er kansen zijn voor meer praktische en doelgroepgerichte uitleg. Daarbij gaat het niet alleen om wat ChatGPT is, maar ook om hoe jongeren het gebruiken, welke risico's daarbij spelen en welke instellingen of keuzes ouders kunnen helpen in de opvoeding. Daarmee onderstreept de sessie vooral dat AI voor ouders een relevant, maar nog nieuw en complex thema is in het algemeen en binnen de opvoeding en hier diepgaandere ondersteuning bij kunnen gebruiken.

2.4 Rol van debatleider

De rol van de debatleider was primair faciliterend en gericht op uitwisseling binnen de groep. Vanuit de uitvoerders wordt benadrukt dat het doel niet altijd is om direct het 'juiste antwoord' te geven op elke vraag, maar om het gesprek en reflectie binnen de groep te stimuleren. Hierdoor werden ouders gestimuleerd om met elkaar mee te denken over bepaalde opvoedvragen. Hier kwam ook uit voort dat sommige vragen uiteindelijk 'open bleven', bijvoorbeeld omdat er niet één antwoord op was of omdat de vraag 'te groot' was. Een concreet voorbeeld hiervan is dat vaders doorvroegen op hoeveel schermtijd nu daadwerkelijk wordt aanbevolen voor kinderen, of wat zij kunnen doen als hun kind niet luistert wanneer ze proberen een afspraak met hun kind te maken. Hier kwam geen definitief antwoord op vanwege eerdergenoemde redenen.

De debatleider wordt positief beoordeeld op pedagogische en communicatieve vaardigheden. Alle deelnemers zijn positief over de debatleider. Hieronder volgen een aantal punten die zij het meest waarderen en die goed werkten voor deze groepen:

- De debatleider kan duidelijk uitleggen, sluit aan bij verschillende niveaus en heeft begrip voor ouders: *'Hij stelt bij iedere persoon goed af en weet hij het juiste antwoord ... hij voelt het aan bij wie hij wat moet doen in de groep'.* Deelnemers vinden het ook prettig dat de debatleider dingen vaker herhaalt, waardoor de stof beter blijft hangen.
- Meertaligheid en sensitiviteit voor de doelgroep zijn cruciale kwaliteiten. Het spreken van meerdere talen verhoogt de toegankelijkheid en betrokkenheid, zeker gezien de verschillen in taalvaardigheid binnen de groep: *'Het is fijn dat hij Arabisch spreekt'.*
- De debatleider droeg actief bij aan een veilige en open groepsdynamiek. De observaties laten zien dat de debatleider actief stuurde op respectvolle interactie en ruimte creëert voor deelname, bijvoorbeeld door deelnemers aan te spreken op het luisteren naar elkaar. De open en laagdrempelige sfeer bleek ook uit het feit dat deelnemers veel vragen stellen.

Er zijn twee aandachtspunten voor de rol van debatleider. Procesmatig ligt er een aandachtspunt in de groepsregie. Hoewel de debatleider over het algemeen de orde bewaakte, kwam in de observaties naar voren dat deelnemers soms door elkaar praatten en dat bepaalde deelnemers dit als storend ervoeren. Een deelnemer gaf ook aan dat de debatleider niet altijd voldoende corrigerend optrad: *'hij is niet streng genoeg wanneer anderen praten'.* De open en informele sfeer is een sterk element van de debatreeks, maar vraagt tegelijk om voldoende structuur, rust en ruimte voor alle deelnemers.

Er is ook een inhoudelijk aandachtspunt. In de groepsdiscussies gaven vaders elkaar actief advies en brachten zij eigen ervaringen en kennis in. Dit is een sterk element in de uitvoering, maar roept ook de vraag op welke rol de

debatleider heeft wanneer feitelijke onjuistheden of onbewezen informatie worden gedeeld. Juist bij onderwerpen als sociale media en AI kan informatie snel rondgaan waarvan niet altijd duidelijk is of deze klopt. In dat soort situaties kan inhoudelijke duiding door de debatleider helpen om informatie te nuanceren, te corrigeren of expliciet te maken wanneer iets onzeker is. Zo kwam tijdens de observatie van bijeenkomst 6 (groep Noord) in de groepsdiscussie aan de orde dat overmatig gebruik van sociale media kan leiden tot autisme. Dit werd niet actief ontkracht. Hoewel dit één voorbeeld betreft, wijst het op het risico dat onjuiste informatie in de groep gedeeld kan worden en kan blijven hangen.

Algehele waardering door deelnemers

De beoordeling van de debatreeks door de deelnemers is uitgesproken positief. Met name de inhoudelijke informatie vonden de deelnemers erg interessant en noodzakelijk. Ze vonden de inhoud van de debatreeks passen in de moderne tijd waarin zij leven en de onderwerpen passen goed bij het leven van hun kinderen. Zo zegt een deelnemer: *'Ik leer elke minuut iets nieuws'*. De cijfers in de nameting bevestigen dit beeld. Op de vraag of zij de debatreeks kunnen beoordelen met een cijfer van 1 tot 10 (1 = erg slecht en 10 = erg goed) geven de deelnemers de debatreeks een 8,8 (N=13).

3 Behoeften van ouders

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de vragen, interesses en behoeften van vaders die deelnamen aan de twee debatreksen. We beschrijven eerst de behoefte aan deze thema-specifieke debatreks (3.1) en de vragen die leefden onder vaders aan het begin van en tijdens de debatreks (3.2). Daarna volgt een reflectie op de vraag in hoeverre de opvoedebatten hebben kunnen voldoen aan die behoeften (3.3). Tot slot gaan we dieper in op de overige behoeften die nog leven onder de vaders na afloop (3.4).

3.1 Behoeftte aan het thema-specifieke opvoeddebat

Trias en het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid hebben samengewerkt om dit thematische opvoeddebat te ontwikkelen naar aanleiding van de vorige proces- en effectevaluatie uit 2025. Deelnemers gaven tijdens deze evaluatie namelijk aan behoefte te hebben aan meer verdieping op de thema's online veiligheid, telefoongebruik, privacy en sociale media.

Dit onderzoek laat zien dat die behoefte van ouders nog altijd actueel is. Uitvoerders van Trias merken dat de negatieve gevolgen van sociale media bij alle vaders tot zorgen leiden over hun kinderen. Ook tijdens de observaties en interviews noemen ouders verschillende soorten zorgen. Een voorbeeld van een terugkerende zorg is telefoon-, game- en sociale-mediaverslaving. Deelnemers vinden tijdens de debatsessies dat hun kinderen te veel op hun telefoon zitten of te veel gamen en als gevolg daarvan minder goed leren. Een deelnemer benoemt zich hierover erg bezorgd te voelen: *'Als kinderen verslaafd worden, dan zijn we de toekomst kwijt'*. Met name in de leeftijdscategorie pubers maken ouders zich zorgen dat hun kinderen niet meer goed luisteren naar afspraken en geen interesse meer tonen in andere zaken dan hun scherm. Ook hebben veel ouders zorgen over wat hun kinderen doen op sociale media in relatie tot hun veiligheid (bijvoorbeeld blootstelling aan schadelijke content, online 'self harm' of criminaliteit via sociale media). Dit leidt tot een behoefte om hun kinderen beter te begrijpen en te kunnen ondersteunen. Het opvoeddebat biedt hiervoor de eerste stappen.

Voor veel vaders staat het onderwerp sociale media niet op zichzelf, maar raakt het aan een bredere behoefte om digitale en maatschappelijke veranderingen bij te kunnen benen. Met name eerste generatie (groot)vaders ervaren een duidelijke kennis- en ervaringskloof ten opzichte van hun (klein)kinderen. Zij zijn niet opgegroeid met digitale middelen en voelen zich daardoor onzeker over wat hun kinderen online doen en tegenkomen. Dit gaat soms gepaard met weerstand tegen deze ontwikkelingen. Desondanks overheerst het gevoel dat het belangrijk en interessant is om sociale media beter te begrijpen, zoals een deelnemer zegt: *'Het is een heel interessant thema, wij horen het allemaal te weten'*. Het opvoeddebat fungeert daarmee als een laagdrempelige manier om kennis op te doen, met gelijkgestemden ervaringen uit te kunnen wisselen en iets meer grip te krijgen op een complexe, snel veranderende realiteit.

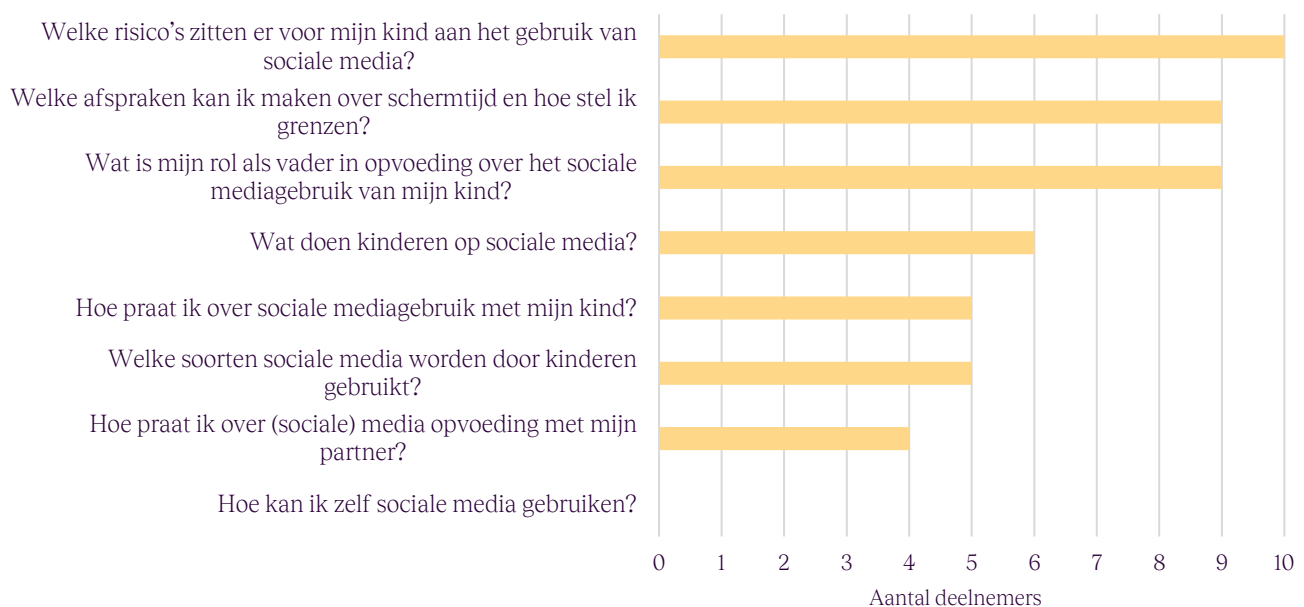
Daarnaast speelt voor de vaders in deze debatreks het thema van opvoeden tussen twee culturen een belangrijke rol. Het brengt allerlei vraagstukken met zich mee. Deelnemers noemen bijvoorbeeld expliciet traditionele opvoednormen (zoals gezamenlijke maaltijden en religieuze kaders) die kunnen conflicteren met de hedendaagse praktijk, waarin het schermgebruik van hun kinderen een grote rol speelt. Dit leidt tot vragen over hoe je gezag en structuur behoudt in een context die fundamenteel anders is dan waarin zij zelf zijn opgegroeid. Tegelijkertijd is er een duidelijke behoefte om mee te bewegen met de ontwikkelingen in de huidige samenleving, omdat hun kinderen daarin opgroeien. Geïnterviewde vaders verwoordden het als volgt: *'Jonge vaders hier hebben weinig ervaring en het is belangrijk is dat ouders meegaan met de Nederlandse samenleving en de ontwikkelingen, omdat kinderen hier opgroeien'*. En: *'Ik leef tussen die twee culturen. Ik heb behoefte aan dit soort cursussen om de moderne wereld beter te begrijpen'*.

Bovendien lijkt het sociale karakter van de opvoeddebatten in te spelen op een belangrijke behoefte. Deelnemers benadrukken dat dit geen individueel probleem is, maar iets waar *iedere ouder* mee worstelt en dat je niet alleen kunt oplossen. Niet iedere ouder voedt op dezelfde manier op, maar daar liggen ook juist kansen. Zo stelt een geïnterviewde: *‘Sommigen vinden het moeilijk om te handhaven en te controleren thuis, sommigen vinden het niet moeilijk. (...) Als je niet uitwisselt dan blijf je alleen met de problemen’*. Het debat wordt gezien als een manier om samen ervaringen uit te wisselen en van elkaar te leren.

3.2 Vragen van deelnemers

De deelnemers kregen tijdens het eerste debat een vragenlijst waarin ze onder andere aan konden geven welke vragen over sociale media voor hen het meest interessant waren (maximaal 3). Het valt op dat ouders vooral benieuwd waren naar de risico's, afspraken en grenzen rondom schermtijd, en de rol van de vader in de opvoeding over sociale media.

Vragen die ouders het meest interessant vinden
(N=19, meerdere antwoorden mogelijk per persoon)



De open antwoorden op de vraag: **wat is uw grootste vraag over sociale media en opvoeden, laten zien dat ouders vooral zoeken naar houvast in het reguleren en begeleiden van sociale-mediagebruik.** Vragen richtten zich sterk op het stellen en handhaven van grenzen (zoals schermtijd en afspraken) en op hoe zij effectief toezicht kunnen houden. Ook is er behoefte aan informatie over de risico's: ouders willen weten welke platforms (on)veilig zijn en hoe zij het gebruik van sociale media voor hun kinderen zo veilig mogelijk kunnen maken. Daarnaast speelt de vraag hoe je het gesprek met kinderen hierover voert, hoe kinderen omgaan met sociale media en hoe je je kinderen in het algemeen goed opvoedt.

Deze bevindingen komen in grote mate overeen met de observatie van de uitvoerders. De meer gedetailleerde vervolgvragen die deelnemers tijdens de debatten hebben gesteld, waren gericht op:

- **De veiligheid van het kind en de invloed die de ouder hierop heeft.** Er is dus meer behoefte aan inzicht in de risico's van sociale media en de eigen invloed hierop. Een specifiek risico waar vaders meer over willen weten is pesten. Ook zien we in de tweede groep meerdere malen naar voren komen dat ouders willen weten hoe zij kunnen omgaan met negatieve invloeden van buitenaf en hoe zij goed op de hoogte kunnen blijven van wat er speelt in het leven van hun kind.
- **Concreet handelingsperspectief.** Vaders stellen veel vragen over concrete acties, om de tips te vertalen naar hun eigen situatie en stappen voor zichzelf te formuleren. Dit zien we bijvoorbeeld bij concrete vragen die vaders

stellen rondom de negatieve invloed van sociale media op slaap: hoelang van tevoren kun je dan het beste niet meer op je telefoon zitten? Welke concrete stappen kun je als vader zetten als je kind verslaafd lijkt aan diens telefoon?

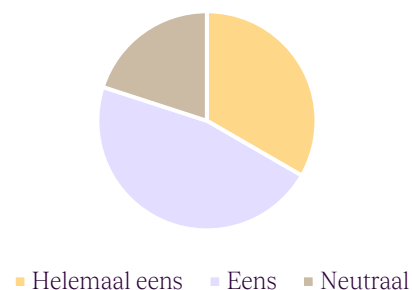
- **Vervolgstappen en omgaan met weerstand tegen afspraken.** Wat moet je bijvoorbeeld doen als een kind de afspraak niet nakomt? In de ervaring van de uitvoerders zijn er veel vragen over het maken van afspraken met kinderen en zorgen dat die nageleefd worden.
- **Inzicht in het eigen gebruik van sociale media.** De interesse is enerzijds gericht op hoe je zelf sociale media of ChatGPT kunt gebruiken en anderzijds op hoe je grenzen kunt stellen aan je eigen sociale-mediagebruik (of zelfs verslaving) en de afstemming hierover met je partner.

3.3 Wordt voldaan aan de behoeften?

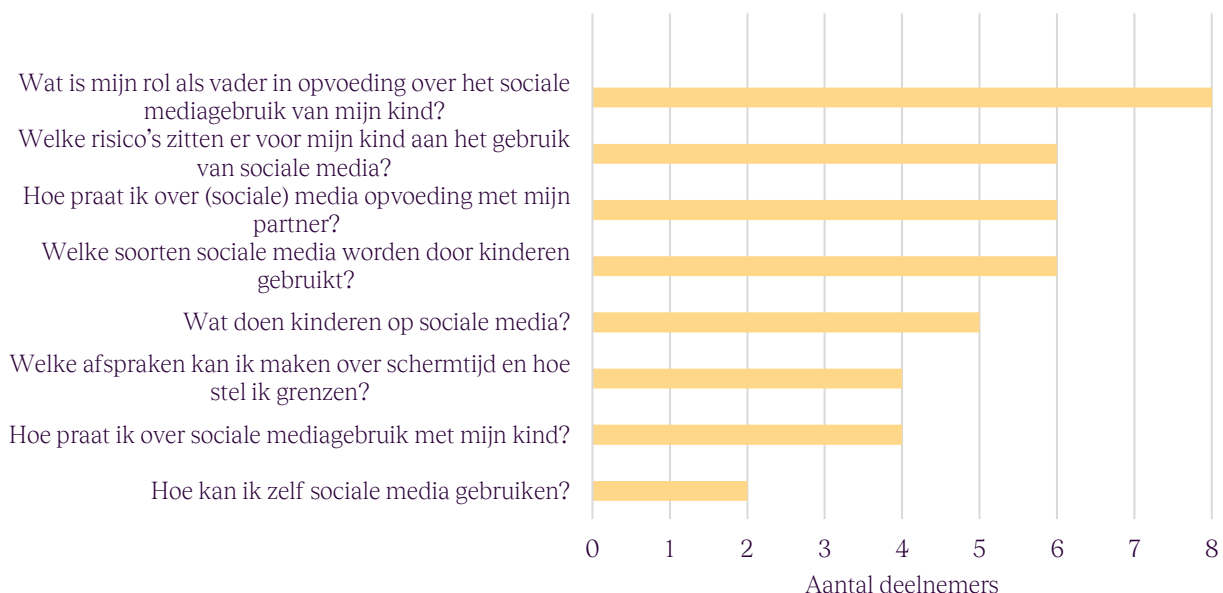
Tachtig procent van de deelnemers geeft aan dat hun grootste vraag over opvoeden beantwoord is. Dat is een **zeer positief resultaat**. Er was hierbij wel een verschil tussen de groepen te zien. De deelnemers uit de groep in Noord waren overwegend positiever dan de deelnemers uit Oost.

Bij de open vraag: wat zou u nog meer willen leren, vragen, oefenen of bespreken over opvoeding over het gebruik van sociale media, komt meerdere keren naar voren dat deelnemers voldoende hebben geleerd en geen openstaande behoeften meer hebben.

Is uw grootste vraag over opvoeden en sociale media beantwoord?
(N=15)



Waar heeft u het meest over geleerd?
(N=15, meerdere antwoorden mogelijk per persoon)



De vaders hebben het meest geleerd over hun rol in de mediaopvoeding. In vergelijking met de interesses uit de voormeting, is vooral opvallend dat ouders veel geleerd hebben over afstemming met hun partner. Dit was één van de hoofddoelen van het debat (zie hoofdstuk 4). Deze boodschap is duidelijk blijven hangen, ondanks dat het niet hun primaire behoefte was. De vraag over afspraken en grenzen is van de top 3 naar de middenmoot gezakt, terwijl

dat wel een belangrijk onderwerp was. Het thema is besproken, maar mogelijk hadden ouders op dit punt behoefte gehad aan nog meer handelingsperspectief.

Hoewel ouders aangeven veel nieuwe dingen te hebben geleerd, zijn de zorgen niet ineens weggenomen en blijft er behoefte bestaan aan meer handelingsperspectief. Ondanks dat het belang van communicatie met partner en kind vaak wordt benadrukt tijdens de debatten, blijven deelnemers het lastig vinden om de kennis toe te spitsen op hun eigen situatie. Het gaat dan met name over hoe ze zelf concreet kunnen handelen en communiceren. Zo leggen deelnemers na afloop uit dat het vaak lastig blijft om echt concreet te worden voor zichzelf. Tijdens de observaties gaan deelnemers en debatleider wel over deze onderwerpen in gesprek en worden er allerlei richtlijnen gedeeld. Hierbij kun je denken aan het van tevoren opstellen van afspraken (niet op het moment zelf), regels consequent aanhouden en niet opgeven.

3.4 Overige behoeften

De observaties en interviews laten zien dat het aantal vragen over dit thema onder de deelnemers juist toenam tijdens de debatreeks. Dat sommige vragen na afloop blijven bestaan, wil niet zeggen dat hier tijdens de debatreeks geen aandacht aan is besteed. Trias zelf stelt ook dat ouders zich vaak juist meer bezig gaan houden met het thema door de debatreeks en de interesse voor het onderwerp wordt aangewakkerd: *‘De debatten hebben juist heel veel vragen gecreëerd en dat vind ik altijd goed’*. Een deelnemer benoemt ook dat er meer vragen ontstaan, juist wanneer een onderwerp goed uitgelegd wordt en er discussie ontstaat.

Voorbeelden van vragen waar ouders mee blijven worstelen zijn:

- Welke afspraken over schermtijd ze nu concreet kunnen maken, ook al hebben ze wel informatie gekregen over richtlijnen: *‘Ik wil gewoon weten hoeveel het mag. Een beetje duidelijkheid. Ik weet ook wel dat je alles dan afsluit, maar het zou grip geven’*.
- Hoe je grenzen kunt stellen als je kind niet luistert.
- Hoe je concreet het gesprek aangaat: *‘Met kinderen van verschillende leeftijden moet je anders praten, je moet met ze blijven praten. Maar hoe doe je dat concreet?’*
- Hoe je toch discipline kunt aanleren wanneer je kind niet naar je luistert of een grote mond heeft: *‘Mijn kinderen gamen nu voornamelijk heel erg veel (bijvoorbeeld Roblox). Ik heb mijn kinderen wel aangesproken, maar het heeft weinig effect. Het werkt dus niet’*.
- Hoe ze zelfstandig meer kunnen leren over ChatGPT. Hier kwam geen duidelijk antwoord op of verwijzing naar laagdrempelige opties, zoals de gratis Nationale AI-cursus, YouTube of betaalbare cursussen via Udemy, die kunnen helpen bij praktische vragen over het gebruik van ChatGPT.

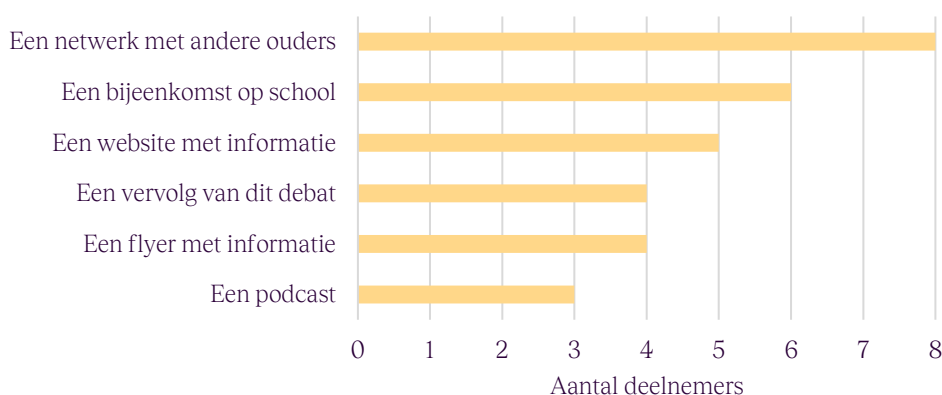
De vragenlijst laat zien dat 3 van de 13 deelnemers in de toekomst nog meer informatie zou willen over het gebruik van ChatGPT of het zelf leren gebruiken van sociale media. De voormeting liet geen interesse zien in het gebruik van sociale media en hier hebben de deelnemers vervolgens ook het minst over geleerd, zo blijkt uit de nameting (zie het staafdiagram op p.15 en p.16). Toch lijkt hier dus wel meer interesse voor gewekt. Ook de uitvoerders van Trias gaven aan dat er meer praktische uitleg nodig is en zij noemden enkele platforms die specifiek relevant zijn, zoals Snapchat, TikTok en Roblox. Reden om hier meer aandacht aan te besteden zijn de risico's die spelen op deze platforms, zoals het per ongeluk delen van de locatie, het niet gebruiken van privéaccounts en de aanwezigheid van personen die kwaad in de zin hebben (denk aan criminaliteit, radicalisering of pedofilie). Ook komt dit punt specifiek naar voren in de interviews, waaruit vooral blijkt dat deelnemers op zoek zijn naar de nieuwste ontwikkelingen die belangrijk, relevant of gevaarlijk zijn.

Ook na afloop van de debatreeks blijven vaders zorgen houden over de invloed van sociale media en bestaat er behoefte aan bredere ondersteuning bij opvoedvragen. Eén deelnemer wilde nog meer leren over de risico's van sociale media. Een andere deelnemer vindt dat de overheid in de toekomst zou moeten inzetten op een speciale beveiligde telefoon die geschikt is voor kinderen. Ook in de interviews geven deelnemers uit beide groepen aan veel

geleerd te hebben, maar nog altijd zorgen te houden over hun kinderen. Aanhoudende zorgen gaan over de negatieve gevolgen van het gebruik van sociale media, zoals passiviteit, slecht slapen, concentratieproblemen en achterblijvende lees-, schrijf- en gespreksvaardigheden. Veel van hen geven aan open te staan voor meer informatie over opvoeden in het algemeen: *‘Opvoeden is alles en alles is opvoeden. Er is geen einde aan oefenen. Ook de ouders hebben opvoeding nodig’*. Zij vinden het belangrijk dat kinderen netjes worden opgevoed, niet brutaal zijn en dat ouders hierin samen met andere ouders of buurtgenoten optrekken.

Op de vraag in welke vorm de deelnemers nog iets willen leren over mediaopvoeding, laat de grafiek hieronder zien dat vijf of meer van de respondenten dit voor zich ziet in de vorm van een netwerk met andere ouders, een bijeenkomst op school of een website met informatie.

Als u in de toekomst nog iets wil leren over mediaopvoeding, waar hebt u dan het meest behoefte aan?
(N=12, meerdere antwoorden mogelijk per persoon)



In de eerste groep geven deelnemers aan dat de bijeenkomsten ook relevant zouden zijn voor andere doelgroepen, zoals moeders of kinderen zelf. Over deze laatste groep zegt een deelnemer: *‘Ik heb het idee dat debatten/lessen voor kinderen zelf zinvol zouden zijn, dat iemand langskomt in de moskee om met de jongens te praten over sociale media. Dat we een moment organiseren dat ze allemaal bij elkaar komen’*. De andere groep benadrukt dat waar ouders tegenaan lopen verschilt, maar dat voorlichtingsavonden voor andere ouders zouden kunnen helpen om te begrijpen wat de gevolgen zijn van online gedrag (zowel positief als negatief) en hun eigen rol en schermgebruik onder de loep te nemen.

Een onderwerp dat niet in de vragenlijst, maar wel in de interviews aan de orde kwam, is de rol van de overheid. Veel ouders geven aan dat zij thuis afspraken proberen te maken met hun kind, maar zich daarin niet altijd voldoende gesteund voelen. Zij zien sociale media niet alleen als een opvoedvraagstuk binnen het gezin, maar ook als een bredere maatschappelijke opgave. Ouders noemen daarbij verschillende vormen van ondersteuning en regulering, zoals leeftijdsgrenzen voor sociale media, regels voor telefoongebruik op school, strengere leeftijdscontroles op platforms als YouTube en Instagram, en het voorkomen van ongewenst filmen. Ook opperde een deelnemer het idee van een beveiligde telefoon die specifiek geschikt is voor kinderen onder de 18 jaar. In relatie tot AI in het onderwijs werd benoemd dat duidelijkere regels nodig zijn, omdat ouders vrezen dat kinderen minder zullen leren: *‘Kinderen leren niks meer en hun meester kan ook niet zien of iemand de stof wel of niet kent’*.

Daarmee laten de overige behoeften zien dat de zorgen van deelnemers na afloop niet alleen gaan over meer kennis, maar ook over steun, houvast en gedeelde verantwoordelijkheid. Een geïnterviewde beschrijft het gevoel van machteloosheid als volgt: *‘Een triest scenario voor ouders: je doet je best, maar resultaten zijn slecht, omdat hij met telefoon bezig was’*. De debatreeks biedt ouders herkenning, informatie en handvatten, maar maakt ook zichtbaar dat zij behoefte houden aan blijvende ondersteuning via andere ouders, scholen, gemeenschappen en de overheid.

4 Ervaren effecten

Dit hoofdstuk biedt allereerst een overzicht van de belangrijkste opbrengsten van de debatreeks volgens de deelnemers (4.1). Vervolgens worden de resultaten besproken aan de hand van de vooraf opgestelde doelstellingen (4.2). Tot slot besteedt dit hoofdstuk aandacht aan de werkzame elementen die hebben bijgedragen aan het behalen van deze resultaten (4.3).

4.1 Opbrengsten van de debatreeks

Deelnemers noemen inzichten over kansen, risico's, schermtijd en communicatie als belangrijke opbrengsten van de debatreeks. In de nameting konden deelnemers aangeven wat het belangrijkste is dat de opvoedebatten hen gebracht hebben. Deelnemers uit de groep in Oost benoemden enkele concrete onderwerpen, waarover zij meer hebben geleerd. Concrete opbrengsten zijn bijvoorbeeld meer inzicht in de risico's en kansen van sociale media en in de positieve en negatieve invloed ervan. Ook gaven zij aan meer te hebben geleerd over schermtijd en betere manieren om hun kind te begrenzen. De antwoorden van de groep in Noord waren algemener van aard. Daarin verwezen deelnemers vooral naar inzichten over opvoeding in brede zin en naar het feit dat zij veel hebben geleerd. Een deelnemer benoemde: *'Het debat heeft mij vooral geleerd om open te staan voor andere meningen'*.

De uitvoerders zagen vooral dat vaders nieuwe inzichten opdeden en genuanceerder gingen praten over sociale media. De uitvoerders gaven aan dat groepswork verschilt van individuele begeleiding, waardoor het voor hen minder goed zichtbaar is wat de invloed op afzonderlijke deelnemers is geweest. Wel zagen de uitvoerders dat vaders tijdens de reeks veel relevante vragen stelden en nieuwe inzichten opdeden. Een voorbeeld daarvan is het inzicht dat je met je partner over sociale media kunt praten zonder dat dit bedreigend of controlerend hoeft over te komen. Volgens de uitvoerders veranderden de gesprekken gedurende de debatreeks: van probleemgericht naar meer genuanceerd. Waar sociale media eerst vooral als probleem werd gezien, kwam gaandeweg meer ruimte voor het idee dat sociale media ook onderdeel is van de ontwikkeling van kinderen en dat het vooral gaat om het vinden van een goede balans.

Een belangrijke opbrengst van de debatreeks is daarnaast dat ouders met elkaar in gesprek gingen over opvoeden en sociale media. De uitwisseling zelf was waardevol: ouders herkenden elkaars vragen, deelden ervaringen en konden van elkaar leren. Een sleutelfiguur gaf aan dat de debatreeks nuttig was voor de hele groep, juist omdat ouders de opvoeding op verschillende manieren aanpakken: *'Als je niet uitwisselt dan blijf je alleen met de problemen ... we kunnen elkaar helpen'*. Ook de uitvoerders zien het bespreekbaar maken van dit onderwerp als een belangrijke opbrengst. Zoals zij aangeven: *'Bij elke groep hoor je dat sociale media, de telefoon, het grootste probleem is voor ouders. Nu ouders de gelegenheid krijgen om dit te bespreken, geeft dat hen rust en inzicht'*.

4.2 Resultaten ten opzichte van de doelstellingen

De debatreeks Opvoeden en Sociale Media, had twee hoofddoelen: het vergroten van de betrokkenheid van vaders met een migratieachtergrond bij de mediaopvoeding van hun kinderen en het bevorderen van de afstemming met hun partners over mediaopvoeding. De drie subdoelen zijn gericht op het creëren van bewustzijn, het bijbrengen van kennis en het ontwikkelen van vaardigheden. In dit sub-hoofdstuk behandelen we eerst de resultaten ten opzichte van de hoofddoelen en daarna de subdoelen.

Hoofddoelen

1. De betrokkenheid van vaders met een migratieachtergrond bij de mediaopvoeding van hun kinderen vergroten.
2. De afstemming van vaders met hun partners over de mediaopvoeding bevorderen.

Subdoel 1: bewustzijn creëren

- Belang van actieve vaderrol en medeverantwoordelijkheid bij mediaopvoeding.
- Belang van afstemming met partner via positieve communicatie.
- Belang van praten met kinderen over mediagebruik, vragen en problemen.
- Belang van derden inschakelen bij vragen of beginnende zorgen.

Subdoel 2: bijbrengen van kennis

- Kennis over invloed van vaders op de digitale ontwikkeling van kinderen.
- Basisprincipes van opvoeding en positieve ondersteuning.
- Belangrijkste sociale media.
- Digitale leefwereld van kinderen.
- Kennis over hoe je afspraken kunt maken, grenzen stellen.
- Weten waar ze terecht kunnen bij vragen of zorgen.

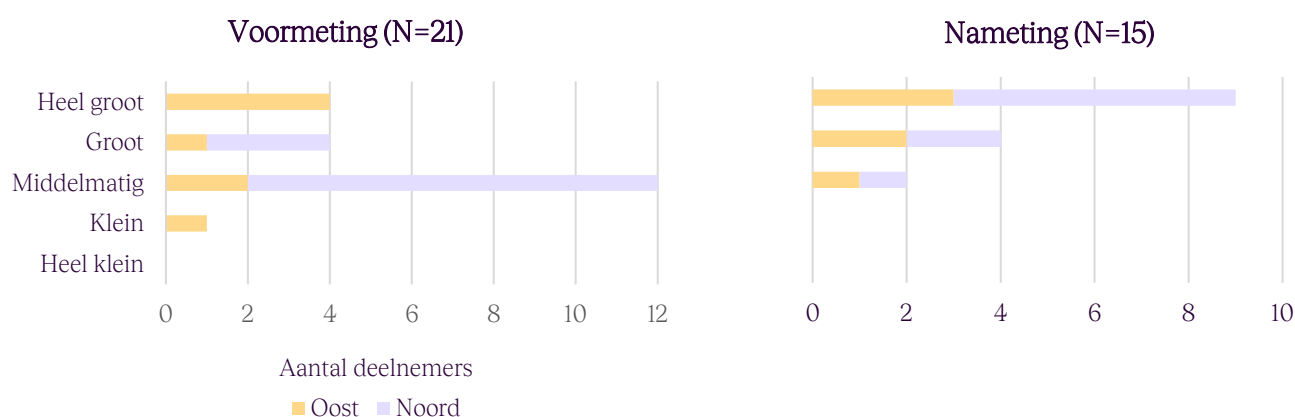
Subdoel 3: ontwikkeling van vaardigheden

- Beter omgaan met verschillende sociale media.
- Gesprek aangaan met kinderen over sociale media gebruik.
- Positief communiceren met kinderen en partner.
- Samen met partner afspraken maken over mediagebruik en grenzen.

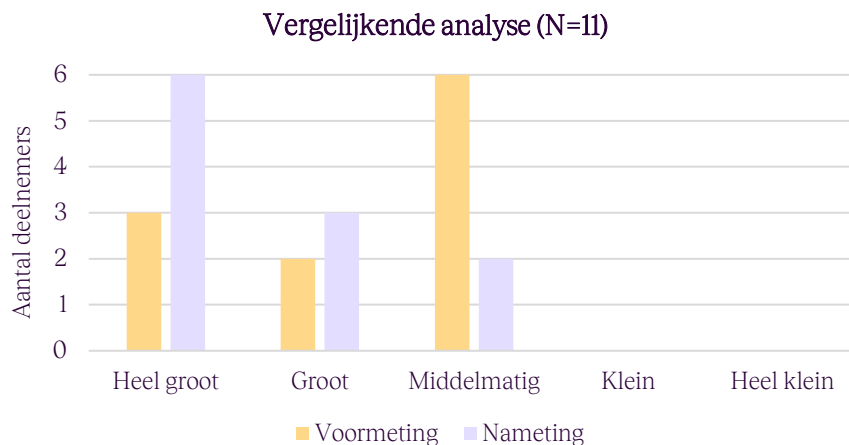
Hoofddoel 1: De betrokkenheid van vaders met een migratieachtergrond bij de mediaopvoeding van hun kinderen vergroten.

Om inzicht te krijgen in de betrokkenheid van vaders in de mediaopvoeding, is gekeken naar de mate waarin deelnemers hun eigen rol inschatten. Uit de voormeting blijkt dat een ruime meerderheid van de deelnemers zijn rol als middelmatig ziet. Iets minder dan 40% ervaart zijn rol als (heel) groot, en slechts één iemand ziet zijn rol als klein. Het is opvallend dat deelnemers uit de groep in Oost relatief vaker een (heel) grote rol rapporteren dan deelnemers uit de andere groep. In de nameting is onder de deelnemers uit de groep in Noord een duidelijke verschuiving zichtbaar naar 'heel groot'. De antwoorden van de groep in Oost zijn ook positiever geworden.

Hoe groot is uw rol als ouder in de opvoeding over het sociale mediagebruik van uw kind?



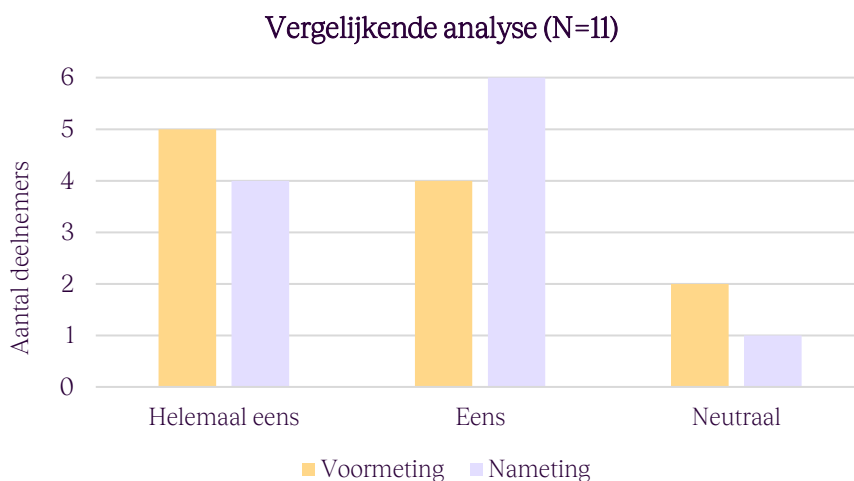
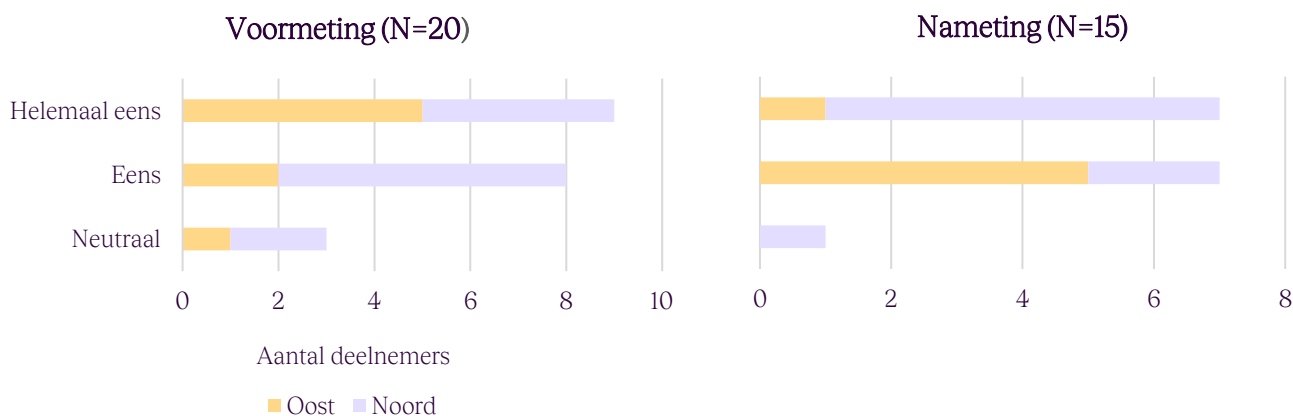
De vergelijkende analyse wijst ook op een versterking van de ervaren betrokkenheid in de mediaopvoeding. Deze analyse bevat alleen antwoorden van deelnemers die zowel de voor- als nameting hebben ingevuld laat zien dat het aandeel 'middelmatig' afneemt en de categorieën 'groot' en 'heel groot' toenemen (zie grafiek hieronder).



Hoofddoel 2: De afstemming van vaders met hun partners over de mediaopvoeding bevorderen.

Om inzicht te krijgen in dit hoofddoel kijken we naar de mate waarin deelnemers aangeven met hun partner te praten over afspraken die zij met hun kind kunnen maken over sociale-mediagebruik. In zowel de voor- als de nameting zijn deelnemers positief over de mate van afstemming met hun partner. In de vergelijkende analyse is een verschuiving naar het positieve midden te zien, waarbij het aantal mensen dat 'eens' antwoordt toeneemt.

Ik praat met mijn partner over welke afspraken we kunnen maken met ons kind over sociale-mediagebruik



Op basis van de cijfers kunnen we niet direct concluderen dat deelnemers een gedragsverandering hebben ervaren in de afstemming met hun partner, maar de antwoorden op de open vraag of er iets is veranderd in de communicatie met hun partner laten wel een positief beeld zien. Deelnemers zeggen te praten met hun partner over sociale media en opvoeding en betere afspraken te maken, onder andere over wanneer en hoe lang kinderen op sociale media mogen. Iemand geeft bijvoorbeeld aan meer te praten met zijn partner over risico's en hoe deze te voorkomen. Een andere respondent geeft aan: *'Ik trek nu één lijn met mijn partner in de opvoeding van ons kind.'*

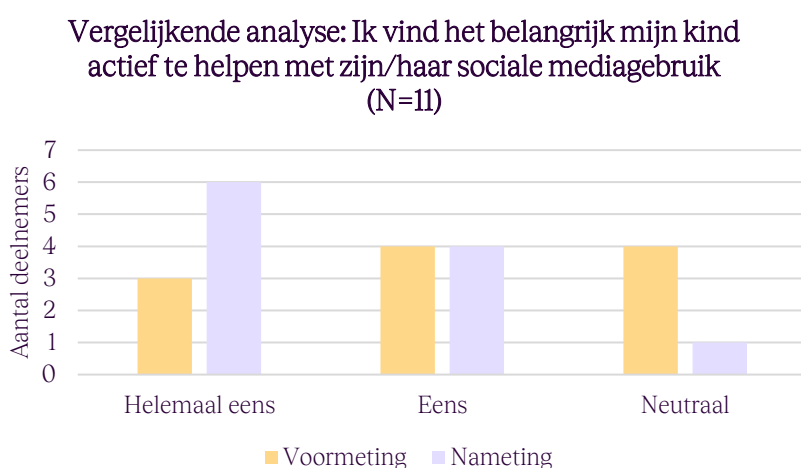
Een andere geïnterviewde gaf aan dat ouders zelf ook niet zonder sociale media kunnen en dat hij hierover met zijn partner heeft gesproken. Ook de uitvoerders van Trias benoemden dat deelnemers het inzicht hebben opgedaan dat zij met hun partner over sociale media kunnen praten zonder dat dit een vervelend of controlerend gesprek hoeft te worden. Met behulp van deze kwalitatieve aanvullingen op de cijfers kan geconcludeerd worden dat de debatreeks bijdraagt aan bewustwording over afstemming tussen ouders en dat sommige vaders dit al direct in praktijk gebracht hebben.

Subdoel 1: Bewustzijn creëren onder deelnemende vaders over onderwerpen gerelateerd aan opvoeden en sociale media

Belang van actieve vaderrol en medeverantwoordelijkheid bij mediaopvoeding

De handleiding van Trias beschrijft dat de debatreeks onder meer beoogt het bewustzijn van vaders over hun rol in de mediaopvoeding te versterken. Een belangrijk onderdeel daarvan is dat vaders het belang inzien van een actieve rol bij het sociale mediagebruik van hun kind. In de vragenlijst is daarom gevraagd in hoeverre deelnemers het belangrijk vinden om hun kind hier actief bij te helpen. De resultaten uit de voormeting laten zien dat een meerderheid van de vaders dit belang al bij de start van de debatreeks inziet: 75% van de respondenten valt in de categorieën 'eens' en 'helemaal eens', 20% antwoordt neutraal en 5% is het hier helemaal mee oneens (N=21). Na afloop is dit beeld positiever: 95% van de respondenten is het (helemaal) eens met de stelling en 5% antwoordt neutraal (N=15). Ook valt op dat in de nameting het aandeel deelnemers toeneemt dat 'helemaal eens' antwoordt.

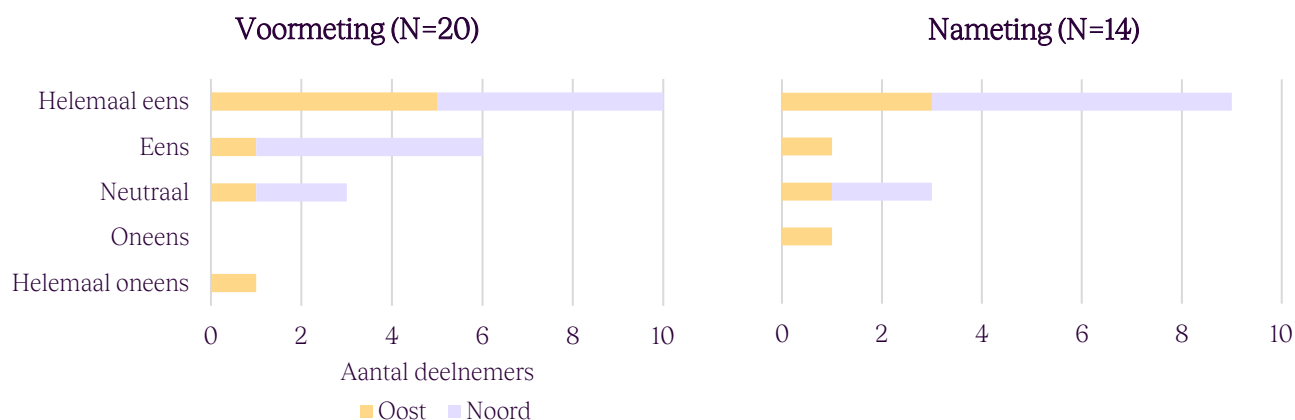
De vergelijkende analyse tussen deelnemers die zowel de voor- als nameting hebben ingevuld laat deze positieve verschuiving eveneens zien. Dit wijst erop dat de debatreeks niet zozeer een nieuw besef heeft gecreëerd, maar vooral een al bestaande overtuiging heeft versterkt: vaders vonden het al belangrijk om hun kind te helpen bij het sociale mediagebruik, maar onderschrijven dit na afloop overtuigender.



De debatreeks beoogt ook het verantwoordelijkheidsgevoel van vaders voor wat hun kind online doet te bevorderen. In beide groepen geeft een ruime meerderheid van de deelnemers in de voormeting al aan zich verantwoordelijk te voelen voor het online gedrag van hun kind. In de nameting is bij de groep in Noord een verdere versterking zichtbaar, terwijl de antwoorden in de groep in Oost meer variatie laten zien. De vergelijkende analyse laat een

overeenkomstig beeld zien: het verantwoordelijkheidsgevoel blijft hoog, waarbij de categorieën ‘helemaal eens’ en ‘neutraal’ elk één extra antwoord krijgen in de nameting, ten koste van de categorie ‘eens’. De neutrale en negatieve antwoorden kunnen mogelijk worden verklaard doordat sommige deelnemers meerderjarige kinderen hebben, waardoor zij hun verantwoordelijkheid voor het online gedrag van hun kind anders ervaren.

Ik voel mij verantwoordelijk voor wat mijn kind online doet



Belang van afstemming met partner via positieve communicatie

De debatreeks heeft daarnaast als doel dat vaders het belang inzien van goede afstemming met hun partner over mediaopvoeding. Dit verschilt van het daadwerkelijk voeren van gesprekken hierover, zoals beschreven onder hoofddoel 2. Uit de vragenlijst blijkt dat deelnemers dit belang al bij de start van de debatreeks breed onderschrijven: alle respondenten vinden het belangrijk om met hun partner te praten over de manier waarop zij de opvoeding rond sociale media aanpakken. In de vergelijking tussen voor- en nameting is hierin geen duidelijke verschuiving zichtbaar. In de nameting beantwoordt één respondent de vraag met ‘neutraal’, deze persoon heeft de voormeting niet ingevuld, waardoor geen vergelijking van houding mogelijk is. De debatreeks lijkt op dit punt dus vooral aan te sluiten bij een overtuiging die onder deelnemers al aanwezig was, en heeft geen aantoonbare verandering in houding teweeggebracht.

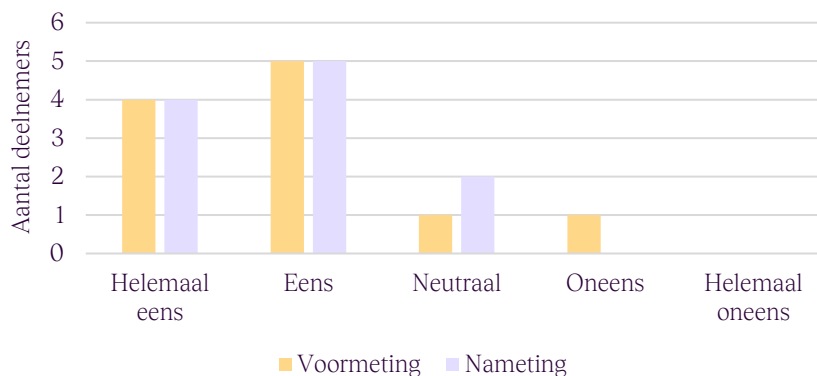
Belang van praten met kinderen over mediagebruik, vragen en problemen

Een vergelijkbaar patroon is zichtbaar bij de vraag in hoeverre deelnemers het belangrijk vinden om met hun kind te praten over het gebruik van sociale media. Ook hier onderschrijven deelnemers dit belang al breed bij de start van de debatreeks en blijft dit beeld in de nameting grotendeels gelijk. De enige neutrale reactie in de nameting komt van dezelfde respondent die ook bij de vorige vraag neutraal antwoordde en geen voormeting heeft ingevuld. Daarmee lijkt ook deze uitkomst vooral te bevestigen dat de debatreeks aansluit bij een overtuiging die onder deelnemers al aanwezig was, zonder dat op basis van de vragenlijsten een duidelijke verandering in houding kan worden vastgesteld.

Het belang van derden inschakelen bij vragen of beginnende zorgen

Tot slot beoogt de debatreeks bewustzijn te creëren over het belang van hulp vragen bij vragen of beginnende zorgen rond mediaopvoeding, zowel informeel als bij professionals. Bij de stelling Ik durf om hulp te vragen als ik een vraag of zorg heb over het sociale-mediagebruik van mijn kind, is opnieuw een overwegend positief beeld zichtbaar. De vergelijkende analyse laat zien dat twee respondenten hierin terughoudender waren. Eén deelnemer was het in de voormeting oneens met deze stelling en antwoordde in de nameting neutraal. Dit kan erop wijzen dat de debatreeks dit bewustzijn helpt vasthouden bij deelnemers die dit al durfden en bij deelnemers die eerder minder zeker waren, voorzichtig kan versterken.

Vergelijkende analyse: Ik durf om hulp te vragen als ik een vraag of zorg heb over het sociale mediagebruik van mijn kind (N=11)



De observaties en interviews geven vervolgens meer zicht op de aard van deze bewustwording.

- **Allereerst komt naar voren dat de debatreeks het onderwerp concreter, dichterbij en urgenter laat voelen.** Vaders benoemen tijdens de observaties bij het terugblikken bijvoorbeeld gemakkelijk concrete negatieve effecten van sociale media, zoals verslaving, concentratieproblemen en blootstelling aan schadelijke content. Ook kunnen ze positieve effecten benoemen, zoals het feit dat er ook juist veel informatie beschikbaar is (ook over opvoeding). Doordat zij concrete voorbeelden kunnen benoemen van de invloed die sociale media heeft op het leven van hun kind en het gezin, lijkt het een concreter opvoedthema te worden voor de deelnemers.
- **Een tweede bevinding is dat deelnemers sterker reflecteren op hun eigen gedrag en voorbeeldrol.** Meerdere deelnemers benoemen expliciet dat ouders zelf veel op hun telefoon zitten en dat verandering daarom ook bij henzelf begint. Dit wijst op een verschuiving van externe naar meer interne verantwoordelijkheid: niet alleen het gedrag van het kind staat centraal, maar ook de voorbeeldrol van de ouder. Het uitwisselen in groepsverband lijkt hierin een belangrijke rol te spelen. Door ervaringen te delen en voorbeelden van andere ouders te horen, worden vaders geconfronteerd met hun eigen voorbeeldfunctie.
- **Een derde bevinding is dat vaders breder nadenken over hoe hun rol in de ondersteuning van hun kind eruitziet.** In de gesprekken ontstaat meer bewustzijn dat opvoeden rond sociale media niet alleen gaat over verbieden of controleren, maar ook over begeleiden, open in gesprek gaan en vertrouwen creëren. Dit lijkt te duiden op een beweging richting een meer ondersteunende opvoedstijl, waarin vaders hun kind actief willen helpen om met digitale uitdagingen om te gaan. Ook laten de observaties zien dat zij zich bewuster zijn van het belang om samen met hun partner één lijn te trekken. Daarmee is subdoel 1 in belangrijke mate gerealiseerd, vooral waar het gaat om het verdiepen en concretiseren van bestaand bewustzijn.

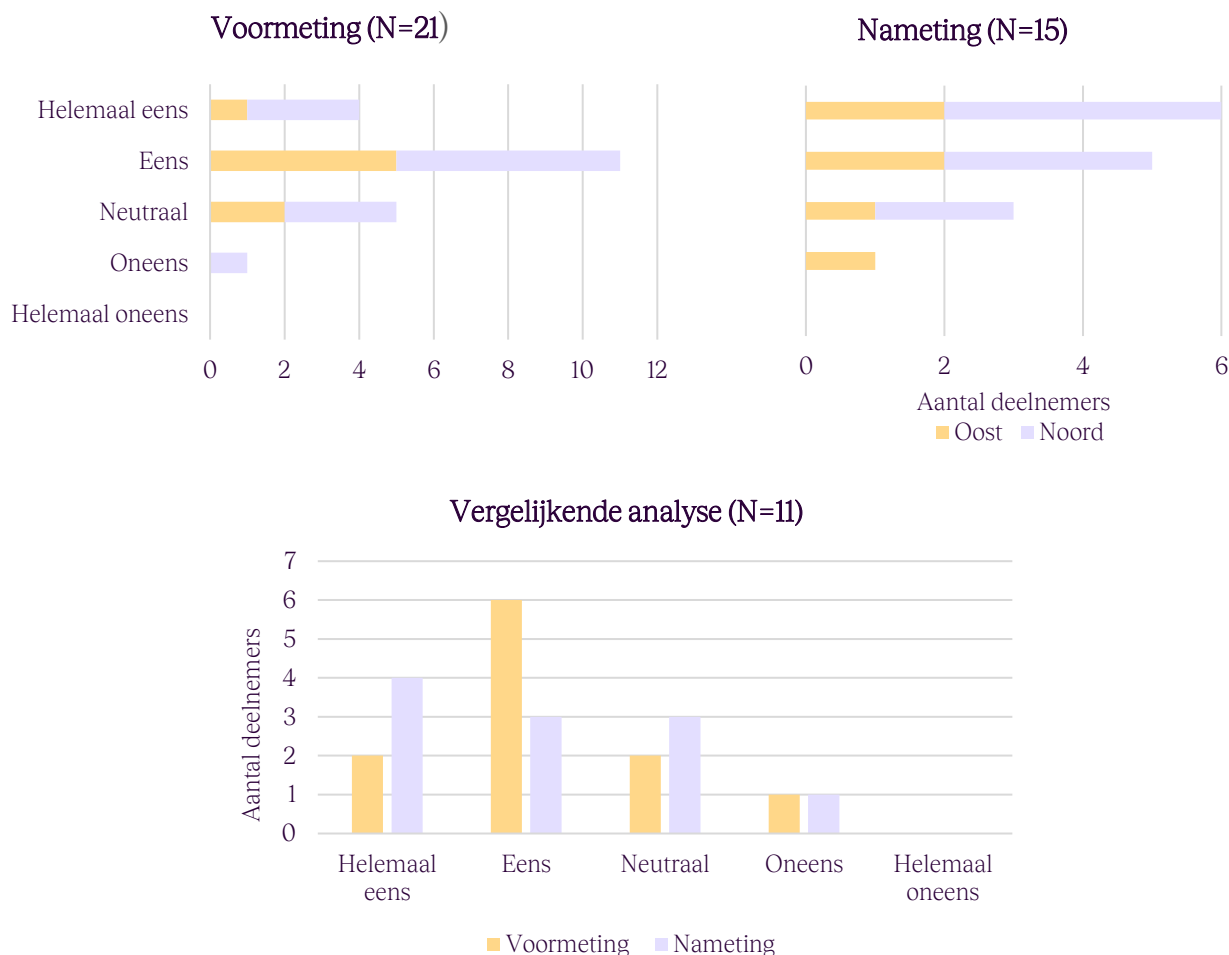
Samenvattend laat de vragenlijst een beperkte maar positieve verschuiving zien: de debatreeks lijkt bestaand bewustzijn van vaders over hun rol in de mediaopvoeding te bevestigen en op onderdelen te versterken, vooral het belang van de actieve vaderrol en het vragen om hulp bij zorgen over sociale-mediagebruik. In de nameting reageren sommige deelnemers overtuigender op de stellingen en neemt het aandeel neutrale en negatieve antwoorden af. Observaties en interviews laten zien dat de debatreeks eraan bijdraagt dat sociale media een concreter opvoedthema wordt, dat deelnemers sterker reflecteren op hun eigen voorbeeldrol en dat vaders zich bewuster worden van het belang van een ondersteunende opvoedrol.

Subdoel 2: Bijbrengen van kennis onder deelnemende vaders over onderwerpen gerelateerd aan opvoeden en sociale media

Kennis over invloed van vaders op de digitale ontwikkeling van kinderen

De handleiding van Trias beschrijft dat de debatreeks beoogt om deelnemers kennis bij te brengen. Eén van de kenniselementen die Trias over tracht te brengen is dat deelnemers weten dat zij als vader invloed hebben op het sociale-mediagebruik van hun kind. Uit de voormeting blijkt dat ruim 70% van de respondenten deze invloed bij voorbaat al erkent. In de nameting is onder respondenten van de groep in Noord een verdere versterking zichtbaar, terwijl de antwoorden uit de groep in Oost verspreid zijn. De vergelijkende analyse laat een gemengd beeld zien: een deel van de vaders wordt positiever, een ander deel raakt juist minder overtuigd en een derde deel laat geen verandering zien. De minder positieve antwoorden kunnen erop wijzen dat deze respondenten in de praktijk hebben ervaren dat praten of ingrijpen rond sociale-mediagebruik lastig is, of minder effect heeft dan verwacht. Het kan ook zijn dat deze respondenten meerderjarige kinderen hebben, waardoor zij op dit moment minder invloed ervaren.

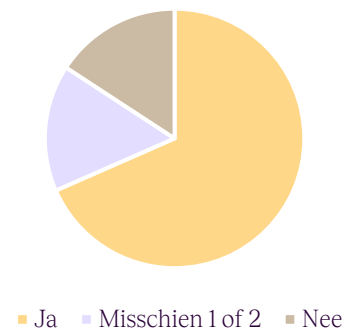
Mijn gedrag en communicatie hebben invloed op het sociale-mediagebruik van mijn kind



Kennis van de belangrijkste sociale media apps

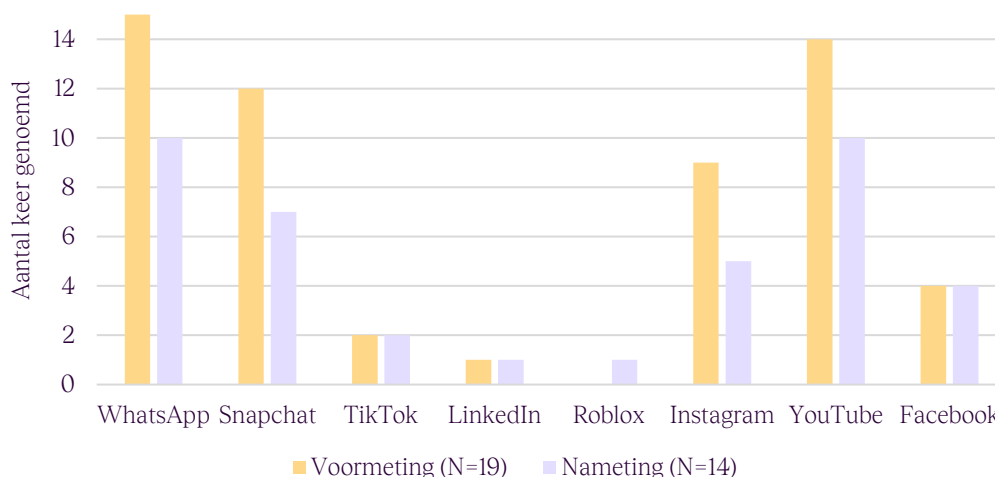
Een ander kenniselement is dat vaders zicht hebben op de belangrijkste sociale media die hun kinderen gebruiken en globaal weten wat die apps inhouden. Daarom is aan deelnemers gevraagd of zij weten welke apps hun kind gebruikt. Ongeveer 70% van de respondenten geeft bij aanvang aan dit te weten. In de nameting blijft dit aandeel ongeveer gelijk. De vergelijkende analyse laat zien dat de deelnemers uit Noord die bij de start al zeiden te weten welke apps hun kind gebruikt, dit aan het einde nog steeds aangeven. Bij de deelnemers uit Oost is het beeld gemengder. Eén deelnemer geeft in de voormeting aan misschien één of twee apps te kennen en zegt in de nameting duidelijk te weten welke apps zijn kind gebruikt. Bij een andere deelnemer is juist een omgekeerde ontwikkeling zichtbaar. Daarmee wijzen de resultaten op dit onderdeel niet op een duidelijke toename van kennis, maar vooral op behoud van bestaande kennis, met enkele individuele verschuivingen.

Voormeting: Ik weet welke sociale media mijn kind gebruikt (N=19)



We hebben de deelnemers ook gevraagd aan te kruisen welke sociale media hun kind gebruikt. Hierop kregen we onderstaande antwoorden. Whatsapp, Snapchat en YouTube worden het meest aangekruist. In de vergelijkende analyse is geen duidelijke toename van kennis zichtbaar. Sommige vaders noemen minder of andere apps, terwijl anderen juist meer apps noemen. TikTok en Roblox worden in vergelijking minder genoemd, omdat deze niet in de keuzelijst stonden, maar een aantal vaders die wel uit zichzelf noemden.

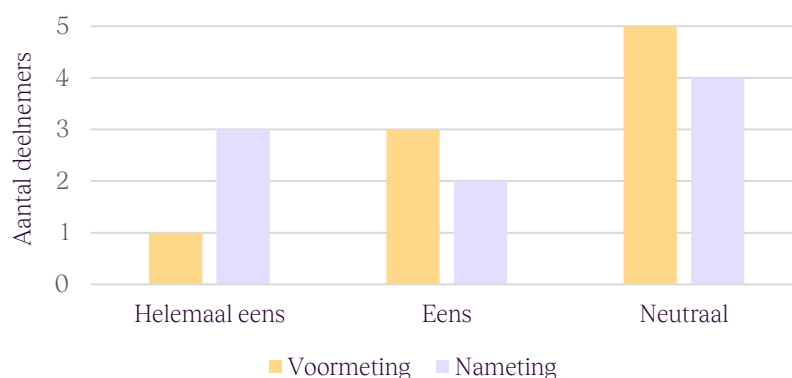
Welke apps gebruiken kinderen volgens vaders? (meerdere antwoorden mogelijk)



Kennis over de digitale leefwereld van kinderen.

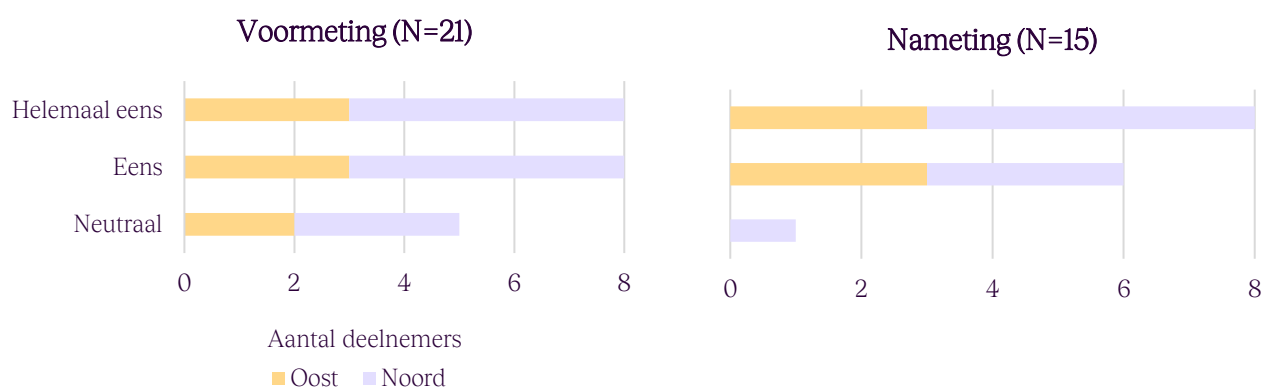
Vervolgens is aan deelnemers gevraagd of zij weten wat hun kind op deze apps doet. In de voor- en nameting beantwoordt 40% deze vraag met 'neutraal', wat erop wijst dat zij hier niet altijd goed zicht op hebben. In de vergelijkende analyse is dat percentage in de voormeting nog iets hoger (55%), maar er is wel een lichte verbetering zichtbaar: 4 van de 9 deelnemers geven in de nameting een positiever antwoord dan in de voormeting. Eén deelnemer wordt iets minder positief en verschuift van 'helemaal eens' naar 'eens'. Bij de overige deelnemers blijft het antwoord gelijk. Hoewel het voor ouders, mede afhankelijk van de leeftijd van hun kind, lastig kan zijn om volledig op de hoogte te zijn van wat kinderen online doen, lijkt de ervaren kennispositie op dit punt bij een deel van de deelnemers licht versterkt.

Vergelijkende analyse: Ik weet wat mijn kind op deze apps doet (N=9)

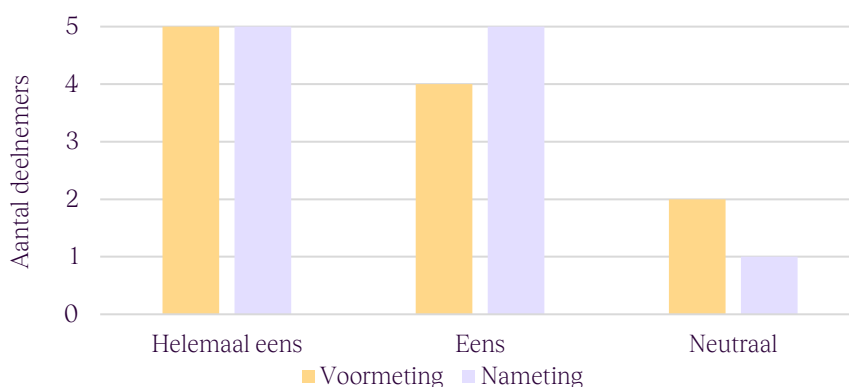


Een belangrijk onderdeel van de debatreeks was ook om kennis over te brengen over de risico's van sociale media voor kinderen en jongeren. Daarom is aan deelnemers gevraagd of zij weten welke risico's sociale media kunnen hebben. Zowel in de voor- als nameting geeft een meerderheid aan hierover kennis te hebben. Tegelijkertijd valt op dat het aandeel deelnemers dat neutraal antwoordt duidelijk afneemt, van bijna 25% naar 7%. In de vergelijkende analyse is deze verbetering minder uitgesproken, maar ook daar is zichtbaar dat enkele deelnemers na afloop positiever antwoorden. De data wijzen daarmee voorzichtig in dezelfde richting: de meeste vaders hadden vooraf al enige kennis van de risico's, maar na afloop lijkt deze kennis bij een deel van de deelnemers concreter of zekerder geworden. De resultaten geven dus geen aanleiding om te spreken van een grote kennistoename, maar wel van een lichte versterking van het bewustzijn van risico's.

Ik weet welke risico's sociale media kunnen hebben voor kinderen en jongeren.



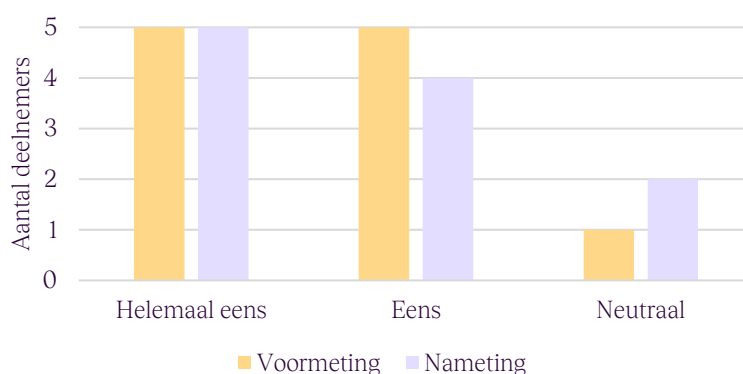
Vergelijkende analyse (N=11)



Kennis over het maken van afspraken

Een ander belangrijk kenniselement is dat vaders weten waarover zij afspraken kunnen maken met hun kinderen als het gaat om sociale-mediagebruik. In de voormeting geeft 80% van de deelnemers aan dit te weten; 20% antwoordt neutraal. In de nameting blijft het beeld grotendeels vergelijkbaar, alleen het aandeel neutrale antwoorden daalt licht naar 15%. De vergelijkende analyse laat geen eenduidige ontwikkeling zien. Sommige respondenten zijn na afloop zekerder over hun kennis op dit punt, terwijl anderen juist minder zeker antwoorden. De uitkomsten wijzen daarmee niet op een duidelijke kennistoename. De gemengde individuele verschuivingen duiden er mogelijk op dat dit onderwerp voor sommige vaders complexer is geworden naarmate zij meer zicht kregen op de praktijk van grenzen stellen en afspraken handhaven.

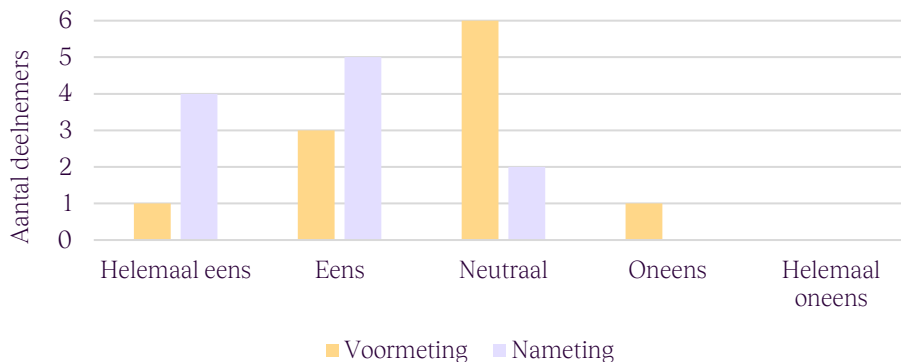
Vergelijkende analyse (N=11)



Kennis over waar je terecht kunt bij vragen of zorgen

Tot slot is uitgevraagd of vaders weten waar zij terecht kunnen met vragen of zorgen rond sociale-mediaopvoeding. De grafiek laat op dit punt een duidelijke positieve verschuiving zien. Na afloop geven meer deelnemers aan te weten bij wie of welke instantie zij hulp kunnen vragen. Daarmee lijkt de debatreeks bij te dragen aan meer zicht op ondersteuningsmogelijkheden. Dat is relevant, omdat vaders in de gesprekken juist aangeven dat zij bij concrete opvoedvragen soms zoekende blijven. Een voorzichtige conclusie is daarom dat de debatreeks vooral helpt om de drempel naar onderlinge uitwisseling, hulp en advies te verlagen: deelnemers weten beter dat zij met vragen niet alleen hoeven te blijven.

Vergelijkende analyse: Ik weet aan wie ik hulp kan vragen
als ik een vraag of zorg heb over het sociale mediagebruik
van mijn kind (N=11)



De observaties en interviews geven meer zicht op de aard van de kennis die deelnemers hebben opgedaan.

- **De vragenlijst laat geen eenduidige kennistoename zien op alle onderdelen, maar de kwalitatieve data maken duidelijk dat deelnemers tijdens de debatreeks wel degelijk nieuwe inzichten hebben opgedaan.**

Kenniselementen die vaders noemen zijn bijvoorbeeld de manier waarop vaders invloed kunnen uitoefenen, manieren om het gedrag van hun kind beter kunnen begrijpen en opvoedprincipes die daarbij helpend zijn.

- **Tegelijkertijd laat de analyse zien dat kennis over invloed niet automatisch betekent dat vaders ook meer invloed ervaren.** Tijdens de observaties zien we dat de debatleider aandacht besteed aan hoe vaders regels kunnen formuleren en hun invloed kunnen vergroten, bijvoorbeeld door afspraken vooraf te maken, regels consequent te herhalen en regels duidelijk aan het kind uit te leggen. Uit de interviews blijkt echter dat sommige vaders in de praktijk nog zoekende zijn in specifieke situaties, vooral bij het handhaven van afspraken wanneer een kind niet luistert. Bij een deel van de vaders is de eerste reflex daarbij nog steeds controlegericht, bijvoorbeeld door de telefoon af te pakken of de wifi uit te schakelen. Ook ervaren sommige vaders hun invloed als beperkt door de verslavende werking van schermgebruik. Zoals een deelnemer zei: *‘Het is een draaiende molen die niet stopt. Ze blijven ermee bezig. Je blijft roepen en het werkt niet. Je kan het vergelijken met gokken of drugs. Alleen weet je daarbij wel dat je verslaafd kan raken, omdat je dat hebt geleerd’.* Dit kan verklaren waarom sommige deelnemers in de nameting in sommige gevallen minder positief antwoorden op de vraag naar hun invloed als vader.
- **De observaties laten verder zien dat deelnemers de basisprincipes in de opvoeding steeds beter herkennen en hun kind beter proberen te begrijpen.** Tijdens de debatten voeren deelnemers gesprekken over uiteenlopende subthema’s, die grofweg vallen onder kansen, risico’s en invloed van schermgebruik, communicatie met het kind en de partner, en het stellen van grenzen. Deelnemers verwezen bijvoorbeeld meerdere keren naar de geleerde ‘iceberg theory’: het idee dat je in de opvoeding verder kijkt dan zichtbaar gedrag en probeert te begrijpen welke ervaringen, behoeften of zorgen daaronder liggen. Een deelnemer zei daarover: *‘Het ijsberg-model was handig, omdat je dan weet waar je rekening mee moet houden’.* Ook benoemden vaders dat ze nu meer kennis hebben over het feit dat kinderen van verschillende leeftijden anders reageren en andere behoeften hebben. Tijdens de observaties zie je ook concreet dat een vader onvrede uit over het feit dat zijn kind niet genoeg boeken leest, maar er een constructieve discussie volgt over dat het kind misschien zelf andere talenten en behoeften heeft die beter bij het kind aansluiten. Alle voorbeelden laten zien dat deelnemers niet alleen kennis opdoen over sociale media, maar ook over hoe zij beter kunnen aansluiten bij de leefwereld van hun kind.
- **Daarnaast lijken vaders meer inzicht te hebben gekregen in het belang van communicatie en vertrouwen, één van de basisprincipes van de opvoeding.** Deelnemers reflecteren op hun eigen manier van reageren op het sociale-mediagebruik van hun kinderen. Daarbij verschuift de nadruk van begrenzen naar ook uitleggen, luisteren en in gesprek blijven. Een deelnemer vat dit als volgt samen: *‘Wat ik nu wel weet en hiervoor niet is dat je niet voor scheidsrechter moet spelen, maar ook antwoord kan krijgen van je kind, niet altijd te streng’.*

moet zijn, niet altijd het oudere kind de schuld moet geven. Maar meer samen met hen praten. Dit sluit aan bij hoofddoelstelling 1 van de debatreeks om vaders door middel van informatie en uitwisseling te laten nadenken over hun eigen rol en benadering in de opvoeding.

- **Het kennisniveau over specifiek ChatGPT verschilde sterk onder de deelnemers, waardoor de ene deelnemer aangeeft meer kennis te hebben opgedaan dan de ander.** Wel leken enkele basisprincipes goed over te komen tijdens de observatie, zoals het belang van duidelijke prompts en het feit dat ChatGPT voortbouwt op eerdere vragen. Eén deelnemer zei hierover: *'ChatGPT gebruikte ik al. Dus daarin zal ik niets veranderen, dat is hetzelfde gebleven. Niet iedereen weet dat denk ik. Ze horen er wel wat over nu, dus dat is goed'*. Op basis van de interviews en observaties kunnen geen harde uitspraken worden gedaan over opgedane kennis over specifieke sociale-mediaplatforms.

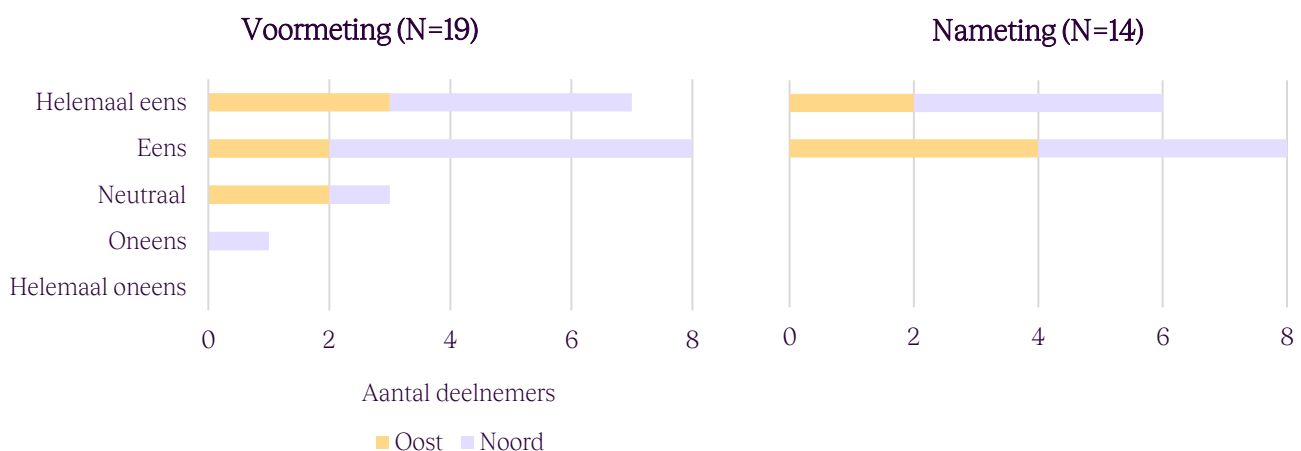
Samenvattend is te zien dat de debatreeks niet op alle gemeten kennisvragen geleid heeft tot een duidelijke toename, mede doordat veel vaders bij aanvang al enige kennis zeiden te hebben en doordat kennis over deze onderwerpen lastig eenduidig te meten is. Tegelijkertijd laten observaties en interviews zien dat deelnemers hun kennis hebben verdiept op voor hen relevante punten: hoe ze een positieve invloed kunnen uitoefenen, risico's van sociale media herkennen, beter aansluiten bij de leefwereld van hun kind, communiceren over sociale media, aan wie ze om hulp kunnen vragen bij zorgen en kennismaken met nieuwe ontwikkelingen zoals ChatGPT. De opbrengst zit daarmee vooral in het verdiepen en concretiseren van kennis, minder in aantoonbare kennisvermeerdering over bijvoorbeeld specifieke apps.

Subdoel 3: Ontwikkeling van vaardigheden gerelateerd aan opvoeden en sociale media

Beter omgaan met verschillende sociale media

De handleiding van Trias beschrijft dat de debatreeks ook beoogt dat vaders vaardigheden ontwikkelen rondom opvoeden en sociale media. Eén van deze vaardigheden is dat vaders zelf beter om kunnen gaan met sociale media. Dit is belangrijk om vervolgens hun kind kunnen begeleiden in hun sociale-mediagebruik. De resultaten uit de voormeting laten zien dat de meeste vaders aangeven zelf sociale media te hebben en hiermee om te kunnen gaan: 79% is (helemaal) eens, 16% neutraal en 5% oneens. In de nameting verbetert dit beeld: alle deelnemers zijn helemaal eens of eens. Dit wijst erop dat vaders zich vaardig voelen bij het omgaan met sociale media, waar de debatreeks mogelijk een positieve invloed op heeft gehad.

Ik heb zelf ook sociale media en kan hiermee omgaan



Op welke manier vaders daadwerkelijk beter omgaan met sociale media is naast deze cijfers niet aan te tonen. Sommige deelnemers spraken de intentie uit om zelf bewuster om te gaan met digitale middelen na de gesprekken over de verslavende werking van sociale media apps. Of hier daadwerkelijk een verandering in heeft plaatsgevonden

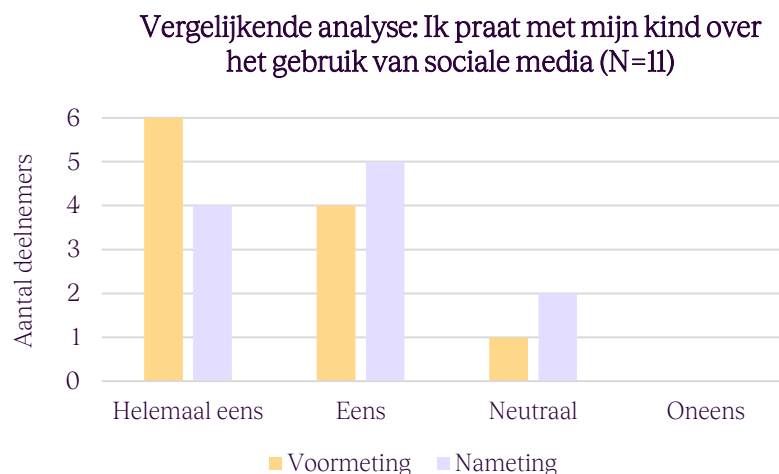
is niet aan te tonen. Enkele deelnemers gaven tijdens de observatie ook aan de intentie te hebben om ChatGPT te installeren en te willen gebruiken voor praktische doeleinden.

Positief communiceren met partner

Een andere belangrijke vaardigheid had betrekking op het positief communiceren met hun partner over sociale-mediagebruik en afspraken voor hun kinderen. Zoals besproken bij hoofddoel 2 lijken kan geconcludeerd worden dat de debatreeks bijdraagt aan bewustwording over afstemming tussen ouders en dat sommige vaders dit al direct in praktijk gebracht hebben.

Gesprek aangaan met kinderen over sociale-mediagebruik

Naast communicatie met hun partner heeft de laatste vaardigheid betrekking op communicatie met het kind over het gebruik van sociale media. In de vragenlijst is gevraagd in hoeverre deelnemers met hun kind hierover praten. De resultaten uit de voormeting laten zien dat vaders dit bij aanvang al in enige mate doen: de antwoorden zijn overwegend positief en slechts twee deelnemers zijn neutraal. Na afloop blijft het beeld positief, maar er is een kleine toename in deelnemers dat zegt neutraal te zijn. Alle neutrale antwoorden komen uit de groep in Noord. De vergelijkende analyse laat ook zien dat drie vaders in de nameting minder positief antwoorden dan in de voormeting, zeven vaders hetzelfde antwoorden en één vader positiever antwoordt. Daarmee wijzen de resultaten niet op een duidelijke verbetering van deze vaardigheid. Eerder lijkt het erop dat het praten met het kind over sociale media voor de meeste vaders stabiel blijft, terwijl een kleinere groep dit na afloop iets minder sterk rapporteert.



Toch laat dit niet het hele verhaal zien. In de nameting is middels een open vraag ook opgehaald of er iets is veranderd in de communicatie met het kind over sociale media. Een minderheid van de antwoorden laat zien dat er geen verandering is opgetreden. Maar bij de meerderheid van de antwoorden komt naar voren dat verandering hebben plaatsgevonden, voornamelijk op onderstaande vlakken:

- **Ten eerste noemen deelnemers aanpassingen in regels en controle**, zoals het maken van nieuwe afspraken over sociale media, de tijd van gebruik en hoe lang ze op sociale media mogen. Veranderingen zoals het maken van afspraken over schermtijd, het stellen van grenzen aan gebruik en het vergroten van toezicht benoemen vaders als concrete manieren waarop zij meer sturing proberen te geven aan het sociale-mediagebruik van hun kind.
- **Ten tweede geven deelnemers aan dat zij meer het gesprek aangaan**, bijvoorbeeld over communicatie over sociale media, meer praten met hun kinderen over risico's en kansen en welke sociale media het kind gebruikt. Het bewuster praten over risico's en kansen van sociale media en (meer) inzicht in wat voor sociale media apps hun kind gebruikt worden benoemd door vaders als veranderingen die hebben plaatsgevonden na de debatreeks. Ook benoemen twee ouders 'samen iets doen', wat op een actievere betrokkenheid wijst.

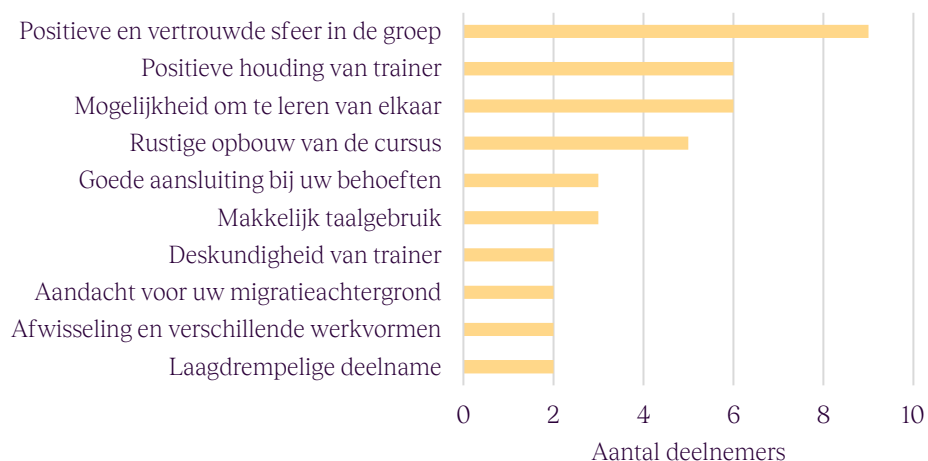
Ook de interviews laten zien dat vaders een positieve verandering hebben doorgemaakt in de communicatie met hun kind en daadwerkelijk in actie zijn gekomen. Meerdere vaders zeggen met hun kinderen te hebben gepraat over sociale media en over wat zij hebben geleerd tijdens de debatreeks. Een deelnemer geeft als voorbeeld dat hij door de debatreeks het belang van regels opstellen beter begrijpt en dit ook daadwerkelijk heeft doorgevoerd: *‘Met mijn 6-jarige dochter heb ik afgesproken dat ze maximaal 2 uur schermtijd per dag mag. Ik leg nu aan haar uit waarom dat belangrijk is (bijvoorbeeld: het is slecht voor je ogen, je bent pas 6). Ik geef ook suggesties voor wat ze dan wel kan doen’*. Dit citaat laat zien dat de deelnemer niet alleen actie heeft ondernomen, maar ook actief met zijn dochter communiceert waarom hij deze grenzen stelt. Een andere deelnemer deelt een vergelijkbare positieve ervaring en heeft nu beter inzicht in de manier waarop zijn zoon de wereld ervaart, heeft manieren gevonden waarop het wel lukt om grenzen te stellen en doet in het algemeen na het opvoeddebat meer samen met zoon: *‘De manier waarop ik het nu doe is dus anders. Hij werd steeds een beetje verdrietig en ik was eerder te streng’*. Vaders met oudere kinderen vinden grenzen stellen doorgaans iets lastiger in de praktijk (ook na de debatreeks), omdat bijvoorbeeld pubers zich anders opstellen, maar proberen wel meer een sfeer te creëren waarin ‘niet alles mag’.

Concluderend laten de vragenlijsten geen duidelijke, brede verbetering zien in vaardigheden rond mediaopvoeding, mede omdat veel vaders zichzelf bij aanvang al positief inschatten. De open antwoorden en interviews laten echter zien dat sommige vaders gedurende de debatreeks wel concreter zijn gaan handelen: zij maken afspraken over onder andere schermtijd, praten bewuster met hun kind over sociale media en proberen grenzen op een meer uitleggende manier te stellen. De opbrengst zit daarmee vooral in het vertalen van inzichten naar eerste stappen in de opvoedpraktijk. Tegelijk blijft het handhaven van afspraken, vooral bij oudere kinderen, voor sommige vaders ingewikkeld.

4.3 Werkzame elementen

De deelnemers konden in de nameting aangeven welke factoren (oftewel werkzame elementen) volgens hen hebben bijgedragen aan de resultaten van de debatreeks. Hierbij konden zij meerdere opties aankruisen.

Werkzame elementen (N=14)



De positieve en vertrouwde sfeer in de groep werd het meest aangekruist door de deelnemers en kwam ook naar voren in de interviews. Een geïnterviewde uit de groep in Noord gaf aan dat de groep al een paar jaar samen was en dat er na verloop van tijd steeds meer vertrouwen en ruimte ontstond om open met elkaar te spreken. Thema's die eerst minder snel gedeeld werden, kwamen later wel naar voren, wat het mogelijk maakte om elkaar te ondersteunen, advies uit te wisselen en samen naar oplossingen te zoeken. Zo'n groepsdynamiek en onderling vertrouwen is een belangrijke voorwaarde voor een goede uitwisseling. De debatleider draagt er actief aan bij om

zo'n veilige sfeer te faciliteren. Tijdens de observaties gebeurde het bijvoorbeeld meermaals dat deelnemers door elkaar begonnen te praten, maar de debatleider haalde iedereen snel terug en benoemde ook waarom: *'We hebben afgesproken te luisteren naar elkaar; als je het ergens niet mee eens bent, zeg je dat met respect'*.

De positieve houding van de debatleider komt ook duidelijk naar voren op verschillende manieren. De debatleider luisterde goed naar de deelnemers en gaf ruimte aan hun verhalen. De debatleider benadrukte te willen kijken naar wat er in de groep leeft en hoe de groep daarnaar kijkt. Hij stimuleerde ze om hun ervaringen en ideeën rond opvoeding uit te wisselen. Hij hielp de deelnemers ook om niet alleen de negatieve kanten van sociale media en opvoeding te zien, maar ook de kansen.

De mogelijkheid om te leren van elkaar zien we terug in de ruimte voor discussies, uitwisseling en het delen van persoonlijke ervaringen. Doordat deelnemers op elkaar reageerden en ervaringen met elkaar deelden, ontstond er ruimte om verschillende perspectieven te verkennen en daarvan te leren.

De andere werkzame elementen waar Trias op inzet worden in vergelijking iets minder vaak aangekruist, maar dat betekent niet dat ze niet worden erkend door de deelnemers tijdens observaties en interviews.

De rustige opbouw van de cursus draagt bij aan het leerproces. De uitvoerders van Trias leggen uit dat ze het brede onderwerp sociale media gefaseerd behandelen en elk debat bewust een ander subthema bespreken. Deelnemers geven daarnaast aan dat ook de herhaling helpend was, waardoor onderwerpen beter bleven hangen.

De vooraf opgestelde structuur en onderwerpen zorgden voor een goede aansluiting bij de behoeften van de deelnemers. De debatten waren tegelijkertijd ook flexibel en reactief op de onderwerpen die leefden onder ouders. Hierdoor was de inhoud relevant, wat de betrokkenheid en uitwisseling verhoogde. Deelnemers werden gestimuleerd om eigen ervaringen en vragen in te brengen en deze als uitgangspunt te gebruiken in de debatten. Zij werden gevraagd voorbeelden toe te spitsen op hun eigen situatie, waardoor het duidelijker werd wat ze aan de informatie hadden.

Een ander bepalend werkzaam element was het taalgebruik: de debatten vonden in beide groepen deels in het Arabisch/Tamazight en deels in het Nederlands plaats. Volgens de uitvoerders droeg dit bij aan het betrekken van alle deelnemers en het groepsgevoel: *'We willen een community bouwen, waarbij de groep bij elkaar blijft.'* Ook de observaties laten zien dat deelnemers regelmatig gebruik maken van de mogelijkheid om vragen te stellen in een andere taal.

Andere werkzame elementen zijn **aandacht voor de migratieachtergrond, laagdrempelige deelname, afwisseling van verschillende werkvormen en deskundigheid van de trainer:**

- Aandacht voor de migratieachtergrond zorgde voor aansluiting bij de doelgroep. De vergelijkbare achtergrond van de debatleider en ervaring als ouder in twee culturen maakte hem herkenbaar voor de groep en zorgde ervoor dat hij praktische voorbeelden en tips kon geven. Dat er rekening werd gehouden met de taal en daarmee met de achtergrond van de deelnemers, was van toegevoegde waarde voor de debatten.
- De cursus werd als laagdrempelig ervaren door de duidelijke opbouw en de begrijpelijke manier waarop de inhoud werd toegelicht. De wijze waarop thema's werden geïntroduceerd en besproken speelde een rol in het op gang brengen van de uitwisseling. Zoals een deelnemer aangaf: *'Als je een thema ziet op het scherm, kunnen we discussiëren daarover. Sommige mensen weten dat, maar iemand moet het goed uitleggen. Dan komen er meer vragen.'*
- De afwisseling en de verschillende werkvormen in de debatten droegen eraan bij dat deelnemers betrokken bleven en op verschillende manieren met de onderwerpen aan de slag konden, wat de uitwisseling verder stimuleerde.
- Tot slot werd ook de deskundigheid van de trainer gewaardeerd. De trainer werd als deskundig ervaren en wist de inhoud helder over te brengen, in te spelen op vragen van deelnemers en de uitwisseling goed te begeleiden.

Twee aanvullende werkzame elementen die in dit onderzoek naar voren kwamen, zijn de **praktische organisatie van de bijeenkomsten** en de **huiswerkopdrachten**. De opvoedebatten werden aangeboden op dagen die goed uitkwamen voor de doelgroep of, in sommige gevallen, op tijden en locaties dat de groep sowieso al bij elkaar kwam, zoals in de moskee. Dit werd door deelnemers als passend ervaren. De tijden en locaties moeten handig zijn voor de deelnemers om een hoge opkomst te behouden gedurende de looptijd van het debat. De huiswerkopdrachten zorgden ervoor dat deelnemers ook buiten de bijeenkomsten met het onderwerp bezig waren. Deelnemers werden gevraagd hier thuis mee aan de slag te gaan en dit werd aan het begin van het volgende debat besproken. Dit bood ruimte voor uitwisseling en zorgde ervoor dat deelnemers actief met het onderwerp aan de slag gingen en ervaringen wilden delen.

5 Conclusie

Dit onderzoek heeft als doel om de behoeften van ouders rondom opvoeden en sociale media te inventariseren, evenals het proces en de ervaren effecten in kaart te brengen van het thema-specifieke debat Opvoeden en Sociale Media van Trias Pedagogica. Het antwoord op de onderzoeksvragen is gebaseerd op een bureauonderzoek, twee vragenlijsten voor deelnemers (een voor- en nameting waarbij in totaal 36 vragenlijsten zijn geanalyseerd), observaties van vier opvoedebatten, interviews met acht betrokkenen, waaronder deelnemers, en inzichten van de uitvoerders. Dit hoofdstuk geeft voor elke onderzoeksvraag de belangrijkste conclusies weer.

Onderzoeksvraag 1: Wat zijn de behoeften van deelnemende ouders met betrekking tot mediaopvoeding en het sociale-mediagebruik van hun kinderen?

Ouders hebben behoefte aan kennis over de online leefwereld van hun kinderen. Vaders maken zich regelmatig zorgen over de hoeveelheid schermtijd, gamen en verslaving en de negatieve impact hiervan op bijvoorbeeld leerachterstanden of relaties met leeftijdgenoten. Ook de online veiligheid van hun kind is een belangrijk thema, zoals online pesten, gevaarlijke online spellen of online criminaliteit. Vooral vaders die zelf niet zijn opgegroeid met digitale middelen ervaren een kennis- en ervaringskloof; veel van hen hebben niet precies zicht op wat zich online afspeelt.

De grootste behoefte ligt bij concreet handelingsperspectief. Ouders willen de onderlinge relaties binnen het gezin goed houden en weten welke afspraken zij kunnen maken, hoe zij grenzen kunnen stellen, hoe zij toezicht kunnen houden en hoe zij het gesprek voeren met kinderen (van verschillende leeftijden). Algemene kennis is waardevol, maar zij willen ook dat dit vertaald wordt naar stappen die toepasbaar zijn voor hun eigen gezinssituatie.

Onderzoeksvraag 2: In hoeverre voldoet de debattenreeks aan deze behoeften?

De debatareeks sluit inhoudelijk goed aan bij de vragen en zorgen van ouders. Deelnemers herkennen het thema als actueel en relevant. Zij geven aan veel te leren en waarderen vooral de combinatie van informatie en het in gesprek kunnen gaan met andere vaders.

De debatareeks beantwoordt veel vragen, maar neemt de behoefte aan verdieping niet volledig weg. Driekwart van de deelnemers geeft aan dat hun grootste vraag is beantwoord. Tegelijkertijd ontstaan ook nieuwe vragen tijdens de debatareeks en blijven sommige complexe vragen bestaan, bijvoorbeeld over hoe om te gaan met weerstand van kinderen en gedisciplineerd grenzen te blijven stellen. Dat is ook passend bij het onderwerp: hoe meer ouders zich verdiepen in mediaopvoeding, hoe meer nieuwe en verdiepende vragen ontstaan waarover zij met elkaar kunnen blijven uitwisselen. De debatareeks voldoet daarmee aan een belangrijke behoefte, maar laat tegelijk zien dat mediaopvoeding een doorlopend leer- en uitwisselingsproces is.

Onderzoeksvraag 3: Welke overige behoeften leven er onder de ouders aan het eind van de debatareeks?

Na afloop blijft behoefte bestaan aan actuele en praktische informatie over nieuwe online ontwikkelingen. Ouders noemen onder meer ChatGPT, specifieke sociale-mediaplatforms en online risico's. Zij willen up-to-date blijven en weten welke ontwikkelingen relevant of risicovol zijn en hoe zij hun kinderen daarin kunnen begeleiden.

Deelnemers zien mediaopvoeding daarnaast niet alleen als een opvoedvraagstuk binnen het gezin, maar ook als een bredere maatschappelijke opgave, waarbij zij steun van scholen en de overheid op prijs stellen. Qua vormen van ondersteunen noemen zij het faciliteren van meer uitwisseling met andere ouders over dit thema, bijeenkomsten via school of vertrouwde gemeenschappen, toegankelijke informatie en duidelijkere kaders vanuit de overheid.

Onderzoeksvraag 4: Hoe verloopt de uitvoering? Wat gaat goed en wat kan beter?

De uitvoering verloopt goed door de laagdrempelige opzet, vertrouwde context en positieve groepsdynamiek. Wat eruit springt is dat de werving via bestaande netwerken en sleutelfiguren goed werkt en dat de huidige manier van werken bijdraagt aan betrokkenheid en uitwisseling tussen de deelnemers.

Er liggen nog kansen op het gebied van groepsregie, zowel inhoudelijk als procesmatig. De bijeenkomsten zijn bewust als debat vormgegeven, maar daardoor komt het ook voor dat deelnemers soms door elkaar praten of feitelijk onjuiste informatie met elkaar delen. De rol van de debatleider zou hierin op sommige vlakken nog meer sturend kunnen zijn. Ook was de terugkomdag direct aansluitend gepland, waardoor de terugkoppeling een minder reflectief karakter kreeg en minder zicht ontstond op toepassing op langere termijn.

Onderzoeksvraag 5: Welke veranderingen ervaren de deelnemers in lijn met de vooraf opgestelde hoofddoelen en subdoelen?

In het algemeen is een belangrijke opbrengst en verandering dat ouders met elkaar in gesprek gingen over diverse onderwerpen rondom opvoeden en sociale media. De uitwisseling an sich en het bespreekbaar maken van zorgen rondom sociale media is waardevol. Hieronder volgen de belangrijkste ervaren veranderingen per doel.

De betrokkenheid van deelnemers bij de mediaopvoeding lijkt over het algemeen versterkt; dit is in lijn met hoofddoel 1. Deelnemers ervaren hun rol in de mediaopvoeding na afloop sterker dan bij de start. Ook uit de gesprekken blijkt dat vaders meer nadenken over hun voorbeeldfunctie, hun invloed en de manier waarop zij hun kinderen kunnen begeleiden bij sociale media.

De debatreeks draagt ook bij aan bewustwording over het belang van afstemming tussen ouders en dat sommige vaders dit al direct in praktijk gebracht hebben; dit is in lijn met hoofddoel 2. De kwantitatieve data laten geen grote verschuiving zien, omdat deelnemers bij aanvang al positief waren over de mate waarin zij met hun partner spreken over mediaopvoeding. De kwalitatieve data laten wel zien dat sommige vaders meer met hun partner zijn gaan praten, betere afspraken proberen te maken en bewuster één lijn willen trekken in de opvoeding.

In lijn met subdoel 1, lijkt de debatreeks bestaand bewustzijn van vaders over hun rol in de mediaopvoeding te bevestigen en op onderdelen licht te versterken, vooral het belang van de actieve vaderrol en het vragen om hulp bij zorgen over sociale-mediagebruik. In de nameting reageren sommige deelnemers overtuigender op de stellingen en neemt het aandeel neutrale en negatieve antwoorden af. Observaties en interviews laten zien dat de debatreeks eraan bijdraagt dat sociale media een concreter opvoedthema wordt, dat deelnemers sterker reflecteren op hun eigen voorbeeldrol en dat vaders zich bewuster worden van het belang van een ondersteunende opvoedrol.

Wat betreft het bijbrengen van kennis, subdoel 2, zit de opbrengst vooral in het verdiepen en concretiseren van kennis, minder in aantoonbare kennisvermeerdering. De vragenlijst laat geen brede, duidelijke kennistoename zien, mede doordat veel vaders bij aanvang al enige kennis zeiden te hebben en doordat kennis over deze onderwerpen lastig eenduidig te meten is. Tegelijkertijd tonen de observaties en interviews aan dat deelnemers hun kennis hebben verdiept op voor hen relevante punten: hoe ze een positieve invloed kunnen uitoefenen, risico's van sociale media herkennen, beter aansluiten bij de leefwereld van hun kind, communiceren over sociale media, aan wie ze om hulp kunnen vragen bij zorgen en kennismaken met nieuwe ontwikkelingen zoals ChatGPT.

In lijn met subdoel 3, het ontwikkelen van vaardigheden, zit de opbrengst vooral in het vertalen van inzichten naar eerste stappen in de opvoedpraktijk. De open antwoorden en interviews laten zien dat sommige vaders gedurende de debatreeks concreter zijn gaan handelen: zij maken afspraken over onder andere schermtijd, praten bewuster met

hun kind over sociale media en proberen grenzen op een meer uitleggende manier te stellen. Tegelijk blijft het handhaven van afspraken, vooral bij oudere kinderen, voor sommige vaders ingewikkeld.

Onderzoeksvraag 6: Wat zijn de werkzame elementen volgens de uitvoerders en de deelnemers?

De positieve en vertrouwde sfeer, de positieve houding van de debatleider en de mogelijkheid om van elkaar te leren zijn de meest genoemde werkzame elementen. Ook de rustige opbouw, herhaling, aansluiting bij de doelgroep, meertaligheid, herkenbare voorbeelden en aandacht voor opvoeden in twee culturen hielpen om deelname toegankelijk te maken en de inhoud beter te laten landen. Daarnaast waren de praktische organisatie van de bijeenkomsten en de huiswerkopdrachten helpend, omdat deelnemers daarmee ook buiten de bijeenkomsten met het onderwerp bezig bleven.

6 Kansen voor de toekomst

Dit hoofdstuk beschrijft de mogelijkheden om de opvoedebatten door te ontwikkelen en te verbeteren (antwoord op onderzoeksvraag 7). We formuleren aanbevelingen voor Trias (6.1) en aanknopingspunten voor het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (6.2).

6.1 Aanbevelingen voor Trias

De debatreeks was een succes, omdat deze goed aansloot bij de behoefte van deelnemers rondom het thema opvoeden en sociale media: de reeks gaf deelnemers nieuwe inzichten en heeft het onderwerp bespreekbaar gemaakt met een positieve groepsdynamiek en in een vertrouwde omgeving. Het is daarom passend om deze debatreeks in de toekomst breder uit te zetten en de geleerde lessen van deze eerste twee groepen mee te nemen in de doorontwikkeling.

Organiseer een interne werksessie met iedereen die betrokken was bij de ontwikkeling en uitvoering van deze thema-specifieke debatreeks, om de handleiding gezamenlijk door te lopen en ervaringen uit de praktijk te vertalen naar verbeterpunten. De debatleider heeft goed zicht op de uitvoerbaarheid van de oefeningen en op hoe deze bij deelnemers landen. Door de handleiding stap voor stap te bespreken, kan Trias op een gestructureerde manier geleerde lessen verwerken in vervolgreeksen. Bespreek daarbij waar de praktijk afwijkt van de handleiding en waarom. Laat ook aan de orde komen op welke punten het cruciaal is dat er niet van de handleiding wordt afgeweken en op welke punten juist flexibiliteit gevraagd wordt. Gebruik de bevindingen uit deze evaluatie daarbij als aanvullende input voor het aanscherpen van de handleiding, inhoud en uitvoering.

Pas de structuur van de debatreeks aan, zodat de terugkomdag kan worden uitgevoerd zoals bedoeld volgens de methodiek van Trias: als moment van reflectie 4-6 weken na het laatste debat, zonder nieuwe inhoudelijke kennisoverdracht. Daarmee voorkom je dat zowel de nieuwe inhoud als de terugblik onder tijdsdruk komen te staan. Daarnaast geeft een terugblik na een aantal weken beter zicht op wat ouders daadwerkelijk toepassen, welke veranderingen zij hebben doorgevoerd en welke vragen of behoeften nog leven.

Als de terugkomdag wordt ingericht als reflectiemoment na een aantal weken, is het belangrijk om te bepalen hoe Trias tegemoet kan komen aan de behoefte van deelnemers aan meer kennis over ChatGPT en AI. De interesse in dit onderwerp was duidelijk aanwezig, daarom kan Trias verschillende opties overwegen:

- **Voeg één extra inhoudelijke bijeenkomst over ChatGPT toe aan de debatreeks Opvoeden en Sociale Media.** Dit ligt voor de hand als het doel is om ChatGPT kort te introduceren, te demonstreren hoe het werkt, te bespreken hoe jongeren en ouders ChatGPT gebruiken en enkele praktische tips mee te geven.
- **Bied een aparte verdiepingsdebatreeks aan over opvoeden en AI, met drie aanvullende bijeenkomsten over dit thema.** Dit is passend wanneer Trias de ambitie heeft om uitgebreider te werken aan kennis, vaardigheden en handelingsperspectief. In meerdere bijeenkomsten kan dan aandacht worden besteed aan wat AI is, welke kansen en risico's er zijn, hoe jongeren ChatGPT gebruiken, hoe ouders hiermee om kunnen gaan en welke instellingen of afspraken helpend kunnen zijn.

Welke vorm het meest passend is, hangt af van de doelstellingen die Trias met dit onderwerp wil bereiken. Gezien de verschillen in kennisniveau onder deelnemers kan het helpen om onderscheid te maken tussen een basisvariant en een verdiepende variant.

Gebruik de ervaringen met de sessie over ChatGPT en AI om eventuele toekomstige debatten over dit thema verder aan te scherpen. Dat vraagt allereerst om expliciete leerdoelen over dit thema: gaat het om een korte kennismaking, praktische oefening of verdieping op de rol van AI in de opvoeding? Zorg ook dat praktische randvoorwaarden op

orde zijn, zoals een stabiele internetverbinding en een werkende versie van ChatGPT zonder onverwachte beperkingen tijdens de demonstratie. Bij de demonstratie van prompts kan het helpen om korte, gerichte antwoorden te vragen, zodat de voorbeelden gemakkelijk besproken kunnen worden. Afhankelijk van de doelstelling kan Trias ook overwegen om een jongere (deels) bij de bijeenkomst(en) te betrekken, zodat deelnemers ervaringen kunnen uitwisselen met iemand die dichter bij de digitale leefwereld van hun kinderen staat.

6.2 Aanknopingspunten voor de opdrachtgever

Beschouw de inzichten uit dit onderzoek als onderdeel van een bredere verkenning naar behoeften onder ouders.

Dat betekent dat deze bevindingen niet zonder meer representatief zijn voor alle ouders in Nederland. Het onderzoek biedt inzicht in behoeften, maar wel van een relatief beperkte en selecte groep. Het gaat hier enkel om een kleine groep vaders met een migratieachtergrond. Het is daarom belangrijk om deze resultaten te positioneren als één bouwsteen binnen een bredere beleidsontwikkeling. Zoals in de inleiding al benoemd, komt dit onderzoek vanuit het ministerie voort uit een bredere behoefte naar inzicht in zorgen en vragen van ouders in het algemeen. Het ministerie kan deze inzichten echter wel goed benutten als vertrekpunt en aanvullen met verdere verkenning onder andere doelgroepen. Dit helpt om een completer beeld te krijgen van wat er nodig is om ouders in de volle breedte te ondersteunen bij mediaopvoeding en zo bij te dragen aan een weerbare samenleving.

De behoeften van de ouders die meededen aan dit onderzoek liggen vooral op het gebied van concreet handelingsperspectief, toegankelijke kennis over online ontwikkelingen en steun vanuit de bredere omgeving en overheid. Ouders voelen zich soms machteloos en zoeken praktische handvatten om afspraken te maken, grenzen te stellen, met weerstand om te gaan en het gesprek met hun kinderen open te houden. Daarnaast willen zij beter zicht krijgen op actuele platforms en ontwikkelingen, zoals Snapchat, TikTok, Roblox en ChatGPT. Voor het ministerie betekent dit dat het passend is om verder te verkennen hoe zij kan bijdragen aan de praktische ondersteuning van ouders. Voorbeelden die ouders zelf noemden zijn intensievere vormen van opvoedondersteuning (zoals de debatreksen van Trias), voorlichtingsavonden voor ouders op school, aandacht voor deze thema's in het lesmateriaal van primair en voortgezet onderwijs en toegankelijke informatie over opvoeden en sociale media. Andere aanknopingspunten voor de toekomst liggen bij een verdere verkenning van hoe lokale steunstructuren kunnen worden versterkt en welk aanbod passend is voor andere doelgroepen, zoals moeders, kinderen en jongeren zelf, en ouders zonder migratieachtergrond. Hieronder volgen drie ideeën om dit verder uit te werken.

- **Verken met gemeenten en andere partners wat zij nodig hebben op het gebied van opvoeden en sociale media.** Er zijn allerlei manieren waarop ouders lokaal kunnen worden ondersteund. Bijvoorbeeld door het faciliteren van ouderbijeenkomsten, integrale aanpakken waarin scholen en welzijnsorganisaties gezamenlijk optrekken, of voorlichting en begeleiding rondom mediaopvoeding. Mogelijk liggen er aanvullende behoeften bij gemeenten op dit gebied. Gemeenten kunnen bovendien extra zicht bieden op lokale behoeften van ouders.
- **Faciliteer brede implementatie van deze debatreksen en organiseer testrondes van soortgelijke opvoedondersteuning in andere contexten en voor diversere doelgroepen.** De huidige debatreksen laat zien dat de aanpak goed werkt voor een specifieke doelgroep, namelijk vaders met een migratieachtergrond, in een specifieke setting, zoals een vertrouwde plek als een moskee of buurthuis, met een specifiek type debatleider. Het is daarom aan te raden om deze interventie breder uit te zetten onder de doelgroep die Trias bedient. Veel elementen uit deze debatreksen zijn mogelijk ook geschikt voor een bredere doelgroep. Het ministerie kan samen met gemeenten en opvoedondersteuners, waaronder Trias, experimenteren met het organiseren van debatten op verschillende vindplaatsen, zoals scholen of buurthuizen, waar ook andere ouders samenkomen. Door deze testrondes systematisch te monitoren, ontstaat inzicht in mogelijke verschillen in behoeften, wat in welke context goed werkt, waar knelpunten liggen, bijvoorbeeld in werving, deelname of aansluiting bij behoeften en hoe de aanpak aangepast kan worden per doelgroep. Dit biedt input voor gerichte opschaling en verdere beleidsontwikkeling.

- **Verken landelijk welke maatschappelijke kaders en communicatie ouders kunnen ondersteunen bij het gebruik van sociale media door jongeren.** Naast ondersteuning op individueel niveau leeft bij ouders de behoefte aan kaders vanuit de overheid, zoals leeftijdsgrenzen, regels rondom telefoongebruik op school en betere bescherming tegen schadelijke content. Het ministerie kan bijdragen aan een weerbare samenleving door in samenwerking met andere departementen te verkennen welke normerende, informerende of regulerende maatregelen passend zijn en door een rol te pakken in heldere, toegankelijke communicatie hierover richting ouders.

Houd daarbij aandacht voor de toegankelijkheid van interventies voor ouders met een migratieachtergrond. Uit dit onderzoek blijkt onder meer dat vaders met een migratieachtergrond soms een extra kennis- en ervaringskloof hebben ten opzichte van hun kinderen en dat ze daarnaast te maken kunnen krijgen met taal- en cultuurverschillen. Er is dus behoefte aan ondersteuning die aansluit bij deze doelgroep. Het is daarom van belang dat er in de toekomst ondersteuningsaanbod beschikbaar blijft dat aansluit bij deze doelgroep. Concreet betekent dat meertalige debatleiders, aandacht voor de migratieachtergrond, laagdrempelige deelname en bijeenkomsten in vertrouwde contexten.

Communiceer de opbrengsten van dit onderzoek actief naar gemeenten. Dit kan gedaan worden met een one-pager, webinar of kennissessie. Behandel daarbij in ieder geval de geleerde lessen en werkzame elementen die bijdragen aan het ondersteunen van ouders bij opvoedvraagstukken rondom sociale media. Een voorbeeld van een one-pager is opgenomen in bijlage 2, waarin al een aantal lessen als input zijn opgenomen die voortkomen uit dit onderzoek.

Een *theory of change* helpt om de samenhang zichtbaar te maken tussen behoeften van ouders, beoogde doelstellingen en te zetten stappen. In een *theory of change* maak je als ministerie expliciet waar ouders behoefte aan hebben, wat vervolgens het doel is om na te streven (bijvoorbeeld meer kennis over sociale media, specifieke subthema's of betere communicatie met kinderen en/of partner), en welke interventies, randvoorwaarden en werkzame elementen hiervoor nodig zijn. Dit helpt om gericht te sturen, keuzes te onderbouwen en effecten van beleid beter te monitoren. Ook gemeenten kunnen hierbij ondersteund worden, door met hen in gesprek te gaan over behoeften van ouders in hun gemeente en de juiste interventie hierbij te kiezen. Bepaal daarbij vooraf hoe de uitkomsten en effecten van interventies worden gemeten of geëvalueerd, zodat de *theory of change* kan worden getoetst en aangescherpt op basis van data uit de praktijk.

Bijlage 1 – Doelen van de debatreeks

Hoofddoelen

1. De betrokkenheid van vaders met een migratieachtergrond bij de mediaopvoeding van hun kinderen vergroten.
2. De afstemming van vaders met hun partners over de mediaopvoeding bevorderen.

Subdoelen

1. Bewustzijn creëren.

Concreet resulteren de opvoeddebatten in bewustwording van de vaders over:

- het belang van een actieve vaderrol en medeverantwoordelijkheid voor een goede mediaopvoeding van hun kinderen;
- het belang van een goede afstemming over de mediaopvoeding met hun partners door positieve communicatie met elkaar;
- het belang van praten met hun kinderen over hun ervaringen, vragen en problemen op het gebied van mediagebruik;
- het belang van het inschakelen van derden (informeel, professionals) bij vragen of beginnende zorgen/problemen rond de mediaopvoeding.

2. Bijbrengen van kennis.

Aan het eind van het debat beschikken de vaders over de volgende kennis:

- vaders weten dat je als vader invloed hebt op de ontwikkeling van je kind met betrekking tot mediagebruik (bijvoorbeeld d.m.v. positieve communicatie);
- vaders kennen de basisprincipes in de opvoeding (o.a. kinderen positief ondersteunen, het bieden van veiligheid, realistische verwachtingen hebben van je kind);
- vaders kennen de belangrijkste sociale media die door hun kinderen worden gebruikt en weten wat die inhoudt;
- vaders hebben inzicht in de leefwereld van hun kinderen in de digitale context;
- vaders weten waar ze afspraken over kunnen maken met hun kinderen wat betreft mediagebruik en hoe ze grenzen kunnen stellen;
- vaders weten waar ze terecht kunnen bij vragen en zorgen rond de mediaopvoeding.

3. Ontwikkeling van vaardigheden

In de debatten worden de volgende vaardigheden aangeleerd:

- vaders kunnen beter omgaan met verschillende sociale media;
- vaders kunnen beter het gesprek aangaan met hun kinderen over het gebruik van sociale media;
- vaders kunnen anders (meer positief) met hun kinderen en partner communiceren over mediagebruik, bijvoorbeeld door meer te praten, beter te luisteren, sensitiever te reageren op wat de ander zegt en door complimenten te geven;
- vaders kunnen het gesprek met hun partner aangaan over welke afspraken ze willen en kunnen maken met hun kinderen (o.a. over grenzen stellen).

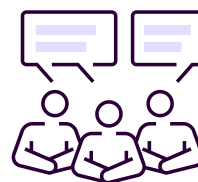
Bijlage 2 – Geleerde lessen voor gemeenten over ondersteuning rond opvoeden en sociale media

Ouders ervaren regelmatig zorgen en onzekerheid over vraagstukken rondom opvoeden en sociale media. Gemeenten hebben een rol in het versterken van opvoedvaardigheden en het ondersteunen van ouders bij opvoedvraagstukken. Recent evalueerde RadarAdvies de debatreeks Opvoeden en Sociale Media van Trias Pedagogica. Deze one-pager bevat geleerde lessen en werkzame elementen en vertaalt deze naar concrete aanbevelingen voor gemeenten.

Debatreeksen voor ouders

De debatreeksen van Trias Pedagogica zijn lokale bijeenkomsten waarin ouders met elkaar in gesprek gaan over opvoedvraagstukken rond sociale media. Kenmerken zijn:

- kleinschalige, interactieve bijeenkomsten (10-20 deelnemers)
- begeleiding door een gespreksleider met pedagogische expertise
- informatie over verschillende actuele thema's
- debat centraal met ruimte voor verschillende perspectieven
- toegespitst op vaders of moeders met migratieachtergrond



Geleerde lessen

Werkzame elementen die bijdragen aan het ondersteunen van ouders bij opvoedvraagstukken zijn:

- **Laagdrempeligheid en benaderbaarheid** van de locatie en betrokken personen dragen bij aan een soepele werving. Denk aan toegankelijke locaties waar ouders toch al samenkomen, zoals buurthuizen en gebedshuizen, en aan samenwerking met partners of ouders die al veel contact hebben met andere ouders.
- **Gefaciliteerde uitwisseling met andere ouders** zorgt ervoor dat deelnemers ervaren dat zij niet de enigen zijn met vragen en zorgen. Het biedt de kans om van elkaar te leren. Door de diversiteit aan perspectieven worden verschillen in normen en opvoedstijlen zichtbaar en bespreekbaar, wat bijdraagt aan bewustwording van mogelijke handelingsperspectieven.
- **Professionele gespreksleiding borgt onderling vertrouwen, sociale veiligheid binnen de groep en diepgang van de gesprekken.** Aandachtspunten zijn dat de gespreksleider pedagogische ervaring heeft, kennis heeft van het thema opvoeden en sociale media, herkenbaar is voor de doelgroep, een positieve houding heeft en inzet op een prettige sfeer in de groep.
- **Een goed uitgedacht programma, waarin thema's gefaseerd worden behandeld,** helpt om structuur te behouden. Hierbij is het ook raadzaam om bewust ruimte in te bouwen voor herhaling en vragen van deelnemers, zodat flexibel kan worden ingespeeld op hun behoeften.
- **Aansluiting op de doelgroep zorgt voor betrokkenheid.** Aandachtspunten zijn bijvoorbeeld om het taalgebruik aan te laten sluiten op de deelnemers, eventueel de mogelijkheid te bieden om in andere talen deel te nemen en het moment van het debat vooraf met de deelnemers te bepalen.
- **Zorg voor structurele financiering voor de uitvoerder en flexibiliteit** om in te spelen op zorgen die op dat moment leven onder ouders.

