

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/134822>

Please be advised that this information was generated on 2020-10-21 and may be subject to change.

Prosociaal nieuws en sociaal gedrag in kinderen

EEN EXPERIMENTELE STUDIE NAAR PROSOCIAAL TELEVISIE- NIEUWS VOOR KINDEREN EN PROSOCIAAL GEDRAG

Inleiding

Sinds het begin van het nieuwe millennium is er in verschillende wetenschappelijke disciplines steeds meer belangstelling voor hoe mensen zich positief en optimaal kunnen ontwikkelen (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Een belangrijk aspect gerelateerd aan positieve ontwikkeling is sociaal gedrag (Lyubomirsky, King & Diener, 2005; Peterson & Seligman, 2004) – dat is vrijwillig gedrag met als doel een ander te helpen (Eisenberg, Fabes & Spinrad, 2007; Padilla-Walker, Coyne, Fraser & Stockdale, 2013). Al in de kindertijd heeft sociaal gedrag zijn voordelen. Uit eerder onderzoek blijkt dat sociale kinderen meer geliefd zijn, meer hechte vrien-

* Dr. Rebecca N.H. de Leeuw is werkzaam als universitair docent Communicatiewetenschap, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit Nijmegen. Met haar onderzoek richt ze zich op de rol van opvoeding en media in relatie tot welbevinden van kinderen en adolescenten. E-mail: r.deleeuw@bsi.ru.nl

Dr. Esther Rozendaal is werkzaam als universitair docent Communicatiewetenschap, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit Nijmegen. Haar onderzoek richt zich op reclamegeletterdheid bij kinderen en hoe kinderen zich kunnen verzetten tegen de persuasieve invloed van reclame. E-mail: e.rozendaal@bsi.ru.nl

Dr. Mariska Kleemans is werkzaam als postdoc onderzoeker bij Communicatiewetenschap, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit Nijmegen. Haar onderzoek richt zich op de oorzaken en gevolgen van emotionele boodschappen. E-mail: m.kleemans@maw.ru.nl

Dr. Doeschka J. Anschutz is werkzaam als universitair docent bij Communicatiewetenschap, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit Nijmegen. Zij onderzoekt de effecten van blootstelling aan eten- en alcoholgerelateerde prikkels in relatie tot het eet- en drinkgedrag van jongeren en de onderliggende processen die daarbij betrokken zijn. E-mail: d.anschutz@bsi.ru.nl

Prof. dr. Moniek Buijzen is momenteel professor en leerstoelhouder Communicatiewetenschap, Behavioural Science Institute, Radboud Universiteit Nijmegen. Haar onderzoek richt zich op jonge consumenten vanuit het paradigma van de positieve communicatiewetenschap. E-mail: m.buijzen@bsi.ru.nl

Graag willen we Arieke van Dorst, Renée Tijdink, Noortje Lenders, Fleur Termeer, Annemiek van Kessel, Nikie Lauenberg, Eva Gruntjes, Fieke Geurts, Marlies Smits, Crystal Smit, Rhianne Hoek en Jean-Paul Robbertz bedanken voor hun onmisbare hulp bij het opzetten van de studie en de dataverzameling. Ook willen we graag Geert van der Heijden bedanken voor het regisseren en produceren van *NewzKids*.

den hebben en gelukkiger zijn dan minder prosociale kinderen (Cillessen & Rose, 2005; Clark & Ladd, 2000; Hastings, Utendale & Sullivan, 2007; Holder & Coleman, 2008; Östberg, 2003). Verder blijkt prosociaal gedrag een voorspeller te zijn van latere academische prestaties (Caprara, Barbaranelli, Pastorelli, Bandura & Zimbardo, 2000; Moore & Allen, 1996; Raver, 2002). Een recente studie heeft zelfs aangetoond dat het aanmoedigen van prosociaal gedrag ervoor kan zorgen dat kinderen meer geaccepteerd worden door leeftijdgenoten en zich gelukkiger voelen (Aknin, Hamlin & Dunn, 2012; Layouts, Nelson, Oberle, Schonert-Reichl & Lyubomirsky, 2012). Om deze redenen is het van groot belang om te onderzoeken hoe prosociaal gedrag aangemoedigd kan worden om zo het welbevinden van kinderen te verbeteren.

Omdat kinderen een groot deel van hun tijd doorbrengen voor de televisie (CBS, 2009; Rideout, Foehr & Roberts, 2010), zou televisieprogrammering voor kinderen een mogelijke weg kunnen zijn om prosociaal gedrag aan te moedigen. Wanneer kinderen televisiekijken, krijgen ze relatief veel prosociaal gedrag te zien. De meest recente inhoudsanalyse laat zien dat 73% van alle televisieshows ten minste drie keer per uur prosociaal gedrag laat zien in de vorm van helpen en/of delen (Smith et al., 2006). Ondanks dat er veel prosociaal gedrag te zien is, is er weinig onderzoek naar hoe blootstelling hieraan is gerelateerd aan prosociaal gedrag in kinderen (Mares & Woodard, 2005, 2012). Zo konden Mares en Woodard (2005) slechts 34 studies opnemen in hun meta-analyse naar de positieve effecten van televisie op het prosociale gedrag van kinderen. Ter vergelijking, in hun meta-analyse naar de rol van geweld op televisie en agressie analyseerden Paik en Comstock (1994) maar liefst 217 studies. Met de huidige studie wordt een bijdrage geleverd aan het beperkte aantal studies naar de invloed van prosociale televisie op kinderen.

In lijn met eerdere experimentele studies naar televisie en prosociaal gedrag, richt deze studie zich specifiek op altruïstisch prosociaal gedrag, namelijk: delen, doneren en het aanbieden van hulp (Mares & Woodard, 2005). Anders dan in het eerdere onderzoek, dat zich voornamelijk richtte op entertainmentmedia, is voor deze studie altruïstisch prosociaal gedrag verpakt in een (fictief) nieuwsprogramma voor kinderen. In Nederland bestaat inmiddels al meer dan dertig jaar het nos Jeugdjournaal, een nieuwsprogramma dat zich speciaal richt op kinderen in de leeftijd van circa 10 tot 12 jaar (Jeugdjournaal, 2014). Nederland liep destijds voorop in het hebben van een journaal speciaal voor kinderen, alleen in Groot-Brittannië bestond al een dergelijk nieuwsprogramma. Inmiddels wordt in meer dan dertig landen een jeugdjournaal uitgezonden.

Er zijn twee redenen waarom de focus op televisienieuws voor kinderen uitermate interessant en relevant is voor het onderzoeken van prosociale media-effecten. Ten eerste worden kinderen relatief veel aan televisienieuws blootgesteld. Een groot aantal kinderen in de late kindertijd en de preadolescentie kijkt dagelijks of ten minste

een aantal keer per week televisienieuws, met name televisienieuws gericht op kinderen (Carter & Allan, 2005; De Cock & Hautekiet, 2012). Volgens de kijkcijfers van de nos (2014) heeft de avonduitzending van het Jeugdjournaal in Nederland een gemiddelde van maar liefst 306.000 kijkers (7,3% marktaandeel). Daarbij kijkt een groot aantal kinderen het Jeugdjournaal 's ochtends thuis (8,5% marktaandeel) of op school.

Een tweede reden waarom er gekeken is naar televisienieuws voor kinderen heeft betrekking op de strategieën die worden gebruikt door de producenten van deze nieuwsprogramma's. Een vaak toegepaste strategie is dat elk nieuwsprogramma zware en lichte verhalen steeds met elkaar afwisselt (Walma van der Molen & De Vries, 2003). Deze programma's verschillen dus van nieuwsprogramma's voor volwassenen door niet de nadruk te leggen op negatieve gebeurtenissen, maar ook relatief veel aandacht te schenken aan positieve gebeurtenissen. Een andere strategie is dat er kinderen in plaats van volwassenen worden ingezet om persoonlijke ervaringen te delen, om zo het nieuws aantrekkelijker te maken voor het jongere publiek (Carter & Allan, 2005; Walma van der Molen & De Vries, 2003; Zillmann & Brosius, 2000). Kortom, televisienieuws voor kinderen zou een goede en natuurlijke manier kunnen zijn om kinderen bloot te stellen aan prosociale boodschappen omdat kinderen vaak naar televisienieuws voor kinderen kijken en omdat dit nieuws op een aansprekende wijze wordt gebracht.

Het specifieke doel van deze studie was daarom om te onderzoeken hoe prosociaal gedrag in een nieuwsprogramma prosociaal gedrag bij kinderen kan stimuleren. Aan de hand van een experimenteel design met 372 kinderen in de groepen 7 en 8 van het basisonderwijs (de doelgroep van het nos Jeugdjournaal) onderzochten we in hoeverre televisienieuws waarin kinderen prosociaal gedrag laten zien van invloed is op vergelijkbare prosociale intenties en gedragingen van kinderen.

Theoretische achtergrond

Een veelbelovend model dat de invloed van prosociale televisie op prosociaal gedrag in kinderen kan verklaren, is dat van de entertainmenteducatie (Mares & Woodard, 2012; Moyer-Gusé, 2008). Entertainmenteducatie is een strategie waarbij boodschappen verpakt worden in populaire entertainmentmedia. Het idee is dat door middel van betrokkenheid bij het verhaal en de karakters weerstand tegen de verpakte boodschappen wordt verminderd, en motivaties en gedragingen in lijn met de verpakte boodschap juist worden vergroot (Bandura, 2004; Moyer-Gusé, 2008).

Hoewel een nieuwsprogramma geen entertainment is, is het aannemelijk dat het verpakken van boodschappen in nieuwsitems op dezelfde manier zal werken. Betrokkenheid bij het verhaal en de karakters kan immers ook opgaan voor nieuws-

items (Walma van der Molen, Valkenburg & Peeters, 2002). In nieuwsprogramma's wordt naast de kerninformatie vaak gebruik gemaakt van persoonlijke ervaringen om een meer levendig en concreet beeld te scheppen van het nieuws. Volgens de *exemplification theory* helpt het inzetten van dergelijke voorbeelden de kijker om het verhaal beter te begrijpen en te beoordelen (Zillmann & Brosius, 2000). In nieuwsprogramma's voor kinderen worden vaak kinderen als bron gebruikt (Carter & Allan, 2005; Matthews, 2005; Walma van der Molen & De Vries, 2003). Door het inzetten van kinderen kan het voor de jonge kijker makkelijker worden om zich te identificeren met deze kinderen, wat de betrokkenheid met het nieuws vergroot (Walma van der Molen et al., 2002). Het belang van betrokkenheid met de karakters is ook geopperd door onder meer Bandura, die veronderstelt dat mensen nieuwe gedragingen leren door het observeren van modellen (op televisie). Dit gebeurt met name als deze modellen beloofd worden voor hun gedrag en wanneer de modellen aantrekkelijk en/of gelijk zijn aan de kijker (Bandura, 2004; Moyer-Gusé, 2008). In lijn met deze ideeën is het zeer aannemelijk dat het gebruik van kinderen als bron effect heeft op de motivaties en gedragingen van de kinderen die kijken. De vraag is echter of een nieuwsitem wat relatief kort is dit al daadwerkelijk kan bewerkstelligen. In deze studie wordt daarom voor het eerst onderzocht in hoeverre prosociale boodschappen verpakt in televisienieuws voor kinderen is gerelateerd aan prosociale intenties en gedragingen. Meer specifiek is er in deze studie onderzocht of het zien van een nieuwsprogramma met daarin kinderen die prosociaal gedrag laten zien inspireert tot prosociale intenties en gedragingen onder de jonge kijkers.

Het empirische bewijs dat het kijken naar prosociale televisie is gerelateerd aan een hogere mate van prosociaal gedrag (Mares & Woodard, 2005), is voornamelijk gebaseerd op onderzoek met jonge kinderen. Slechts een beperkt aantal studies onderzocht de prosociale effecten op oudere kinderen (Mares & Woodard, 2005; Strasburger, Wilson & Jordan, 2009). De huidige studie levert een bijdrage door de invloed van prosociale televisie te onderzoeken op kinderen in de late kindertijd en de preadolescentie. Hoewel de sterkste groei in de ontwikkeling van prosociaal gedrag gemaakt wordt in de jaren voordat kinderen naar school gaan, ontwikkelen kinderen in de jaren daarna nog door en worden zij steeds prosocialer (Hastings et al., 2007). Uit de weinige studies die zijn gedaan onder deze leeftijdsgroep blijkt dat prosociale televisie ook dan nog steeds van invloed is (Mares & Woodard, 2005).

Hypothesen

In dit onderzoek werd door middel van een experiment vastgesteld in hoeverre prosociaal gedrag in een televisieprogramma speciaal gericht op kinderen is gerelateerd aan prosociale intenties en gedragingen in kinderen. Kinderen in de experimentele conditie werden blootgesteld aan een prosociaal nieuwsbericht waarin kinderen geld inzamelden voor UNICEF. Kinderen in de controleconditie kregen het programma te zien met ook een nieuwsitem over UNICEF, maar zonder het prosociale gedrag. Verwacht werd dat kinderen die het nieuwsbericht met het prosociale gedrag te zien

kregen (H1) een grotere bereidwilligheid zouden tonen om een project voor UNICEF bij hen op school op te zetten en (H2) meer geld zouden doneren aan UNICEF (Dlugokinski & Firestone, 1974; Krevans & Gibbs, 1996). Beide uitkomstmaten waren vergelijkbaar met het prosociale gedrag dat getoond werd in het nieuwsitem (Mares & Woodard, 2005, 2012; Strasburger et al., 2009). Om een realistisch beeld te krijgen van de potentiële invloed van sociaal nieuws naast belangrijke kind- en omgevingsfactoren, werd in de analyses gecontroleerd voor sekse, waardering van het nieuwsprogramma (Clifford & Gunter, 1995), initieel sociaal gedrag en de mate waarin ouders goede doelen belangrijk vonden (Hastings et al., 2007).

Methode

Onderzoekspopulatie

De studie is uitgevoerd op acht basisscholen in het zuidoosten van Nederland in de maanden december 2012 tot en met februari 2013. De onderzoekspopulatie bestond uit 372 kinderen in de leeftijd tussen de 9 en 13 jaar oud ($M = 10.94$; $SD = .76$), waaronder 44,1% jongens. De meerderheid van de kinderen was geboren in Nederland (96%).

Design en procedure

De studie is goedgekeurd door de ethische commissie van de Faculteit der Sociale Wetenschappen, Radboud Universiteit Nijmegen. Na het verkrijgen van toestemming van de directeurs van de basisscholen kregen de leerlingen uit groep 7 en 8 ($N = 404$) een brief mee voor hun ouders waarin informatie werd gegeven over het onderzoek. Tevens werden de ouders in de brief gevraagd om toestemming te verlenen voor deelname van hun kind door middel van passieve consent. De ouders kregen de mogelijkheid om binnen twee weken te reageren. Bijna alle ouders (98%) gaven (passief) toestemming. Uiteindelijk konden 24 kinderen niet deelnemen omdat ze afwezig waren op de dag van het onderzoek.

De kinderen werden onderzocht op hun school onder schooltijd. De kinderen werd verteld dat het onderzoek ging over hun mening naar een nieuw nieuwsprogramma voor kinderen, namelijk *NewzKids*. Voorafgaand aan het onderzoek werd de kinderen gevraagd om actief toestemming te geven voor deelname. Alle kinderen gaven actieve toestemming. Na het individueel invullen van de eerste vragenlijst, waarbij onder meer demografische factoren en het initiële prosociale gedrag in kaart werden gebracht, kregen de kinderen klassikaal *NewzKids* te zien.

NewzKids is een niet-bestaand nieuwsprogramma. Speciaal voor deze studie zijn twee versies van dit zogenaamde programma gemonteerd met zowel bestaand nieuwsmateriaal als opnames van nieuws dat in scène was gezet. In zowel de experimentele als de controleconditie kregen de kinderen twee neutrale nieuwsitems te

zien. Eén ging over orkaan Sandy en de andere over Epke Zonderland die inmiddels vier vluchtelementen achter elkaar kon. Beide nieuwsitems waren gebaseerd op daadwerkelijke gebeurtenissen die hadden plaatsgevonden op 31 oktober 2012, de datum waarop *NewzKids* zogenaamd was uitgezonden. Tussen deze twee neutrale items zat een item over UNICEF. In de experimentele conditie ging dit item over kinderen die op hun school geld inzamelden voor UNICEF – een realistisch verhaal dat aansluit bij de belevingswereld van kinderen in groep 7 en 8 (Mares & Woodard, 2005, 2012; Strasburger et al., 2009). In de controleconditie ging het item over UNICEF die op een school informatie kwam geven over UNICEF, waarbij geen prosociaal gedrag te zien was. In beide condities werden de kinderen dus geprimed met UNICEF, maar alleen in de experimentele conditie kwam daadwerkelijk prosociaal gedrag voor. Beide items duurden twee minuten. Het totale nieuwsprogramma met de drie items duurde in totaal vijf minuten.

Nadat het nieuwsprogramma was afgelopen, werden de leerlingen één voor één uit de klas gehaald door een onderzoeker. De kinderen kregen vervolgens één euro in muntjes van tien cent om ze te bedanken voor hun deelname. Vervolgens kregen ze de mogelijkheid om dit bedrag – of een deel daarvan – te doneren aan UNICEF. Om te voorkomen dat de kinderen om extrinsieke redenen zouden doneren, werden ze even alleen gelaten en werd ze verzocht om hun eventuele donatie in een envelop te stoppen, dicht te maken en in een verzamelbox te doen.

Daarna werd de kinderen gevraagd om de laatste vragenlijst in de klas in te vullen. In lijn met het zogenaamde doel van het onderzoek kregen de kinderen vragen voorgelegd die onder meer betrekking hadden op hun mening over *NewzKids*. Ook stonden er vragen in over wat ze zouden vinden van een project over UNICEF bij hen op school en een vraag die in kaart kon brengen of de manipulatie gelukt was. Ook werd de kinderen gevraagd te beschrijven waar de studie volgens hen over ging. De meeste kinderen gaven een antwoord dat in lijn was met het doel dat ze was verteld voorafgaand aan het onderzoek. Een derde van de kinderen had het vermoeden dat het onderzoek over UNICEF ging. Geen van de kinderen had door dat de studie ging over de relatie tussen de acties voor UNICEF in het nieuwsprogramma en hun eigen gedrag na die tijd. Nadat de dataverzameling was afgerond en de analyses waren uitgevoerd, werden de kinderen en hun ouders via de scholen geïnformeerd over de resultaten van het onderzoek.

Meetinstrumenten

Prosociale uitkomstmaten. De *prosociale intentie* van de kinderen – dat wil zeggen, hun bereidwilligheid om een project voor UNICEF bij hun op school op te zetten – werd vastgesteld door middel van vragen in de laatste vragenlijst. Na de vraag: ‘De medewerkers van UNICEF vinden het leuk als scholen projecten opzetten om geld binnen te halen. Zou je het leuk vinden als jouw school daaraan zou meedoen?’ (met de antwoordopties ‘nee’ en ‘ja’), werd de kinderen gevraagd: ‘Zou je mee willen helpen

om zo'n project op te starten?' Kinderen die deze laatste vraag met 'ja' beantwoordden, werden beschouwd als bereidwillig om een project voor UNICEF bij hun op school op te zetten. *Prosociaal gedrag* werd vastgesteld aan de hand van de grootte van de donatie voor UNICEF (Dlugokinski & Firestone, 1974; Krevans & Gibbs, 1996).

Covariaten. In de analyses werd gecontroleerd voor sekse, waardering van het nieuwsprogramma, het initiële prosociale gedrag van de kinderen en de mate waarin ouders goede doelen belangrijk vinden (Eisenberg et al., 2007; Grusec, Davidov & Lundell, 2002). Met uitzondering van de waardering van het nieuwsprogramma werden deze covariaten gemeten voorafgaand aan het kijken van *NewzKids*. Het initiële prosociale gedrag van de kinderen werd vastgesteld aan de hand van gemiddelde scores op de prosociale schaal van de *Strengths and Difficulties Questionnaire* (SDQ; Goodman, Meltzer & Bailey, 1998). Deze schaal bestaat uit vijf vragen, zoals: 'Ik bied vaak anderen aan hun te helpen (ouders, leerkrachten, kinderen)' met de antwoordmogelijkheden: 'niet waar', 'een beetje waar' en 'zeker'. De Cronbach's alfa voor deze schaal was .69. Waardering van het nieuwsprogramma werd vastgesteld aan de hand van de vraag: 'Welk rapportcijfer zou je deze uitzending geven?' Vervolgens konden de kinderen een score geven tussen de 1 en 10 waarbij een hogere score stond voor een hogere waardering. In hoeverre ouders goede doelen belangrijk vinden werd gemeten door de kinderen vijf vragen voor te leggen, waaronder: 'Mijn ouders vinden het belangrijk om goede doelen te steunen' en 'Mijn ouders geven geld aan goede doelen' met de antwoordmogelijkheden: 'nooit', 'bijna nooit', 'soms', 'vaak' en 'altijd'. De Cronbach's alfa van deze schaal was .70.

Analysestrategie

Na het berekenen van beschrijvende statistieken zijn er *t*-toetsen en χ^2 -toetsen uitgevoerd om te bekijken of de randomisatie had geleid tot een goede verdeling van sekse, leeftijd en initieel prosociaal gedrag over beide condities. Het effect van prosociaal televisienieuws op de binaire variabele prosociale intenties is onderzocht met een logistische regressie, en het effect op het prosociale gedrag met een lineaire regressieanalyse. In beide analyses werden sekse, waardering van het nieuwsprogramma, initieel prosociaal gedrag en het belang dat ouders hechten aan goede doelen opgenomen als covariaten. In de analyses naar de bereidwilligheid om een project voor UNICEF op school op te zetten (gedragsintentie) is ook de hoeveelheid geld dat kinderen gedoneerd hadden opgenomen als covariaat, aangezien de kinderen eerst gevraagd werd te doneren en daarna de laatste vragenlijst moesten invullen en dat dit mogelijk van invloed kan zijn op het invullen van de vragen over de bereidwilligheid om te helpen.

Resultaten

Beschrijvende statistieken

Uit de beschrijvende statistieken bleek dat 63,2% van de kinderen meerdere keren of zelfs elke dag naar het nos Jeugdjournaal kijkt. Van de kinderen gaf 44,1% aan meestal met ouders te kijken, 43,8% met hun broer(s) en/of zus(sen) en 57% met de klas. Verder bleek dat de meerderheid van de kinderen *NewzKids* leuk vonden ($M = 7,39$; $SD = 1,55$). In vergelijking met het nos Jeugdjournaal vond 47,1% van de kinderen *NewzKids* net zo goed of zelfs beter. De kinderen doneerden gemiddeld 62,16 cent aan UNICEF en de meeste kinderen gaven aan graag een project voor UNICEF bij hun op school te willen hebben (93,7%). Van alle kinderen bleek 80,8% bereid om te helpen om een dergelijk project op te zetten. Er was geen verschil tussen kinderen in de experimentele conditie versus de controleconditie met betrekking tot sekse ($\chi^2 [df = 1, n = 372] = .02, p = .89$) en leeftijd ($t [df = 370, n = 372] = .09, p = .93$). Een t -toets liet echter wel een marginaal significant verschil zien tussen kinderen in de experimentele conditie en kinderen in de controleconditie ten aanzien van hun initiële prosociale gedrag ($t [df = 369, n = 365] = -1.94, p = .05$), wat betekent dat kinderen in de experimentele conditie hoger scoorden op hun prosociale gedrag gemeten vóór het experiment. Beschrijvende statistieken voor alle variabelen worden gepresenteerd in Tabel 1; correlaties worden weergegeven in Tabel 2.

TABEL 1. Beschrijvende statistieken voor alle variabelen per conditie

	Totaal (N = 372)	Experimentele conditie (n = 183)	Controleconditie (n = 189)
<i>Prevalentie</i>			
Jongen	44.1%	43.7%	44.4%
Lijkt een project voor UNICEF leuk	93.7%	93.3%	94.1%
Bereidwilligheid om een project voor UNICEF op te zetten ¹	80.8%	84.8%	76.9%
<i>Gemiddelde (Standaarddeviatie)</i>			
Leeftijd	10.94 (.76)	10.94 (.76)	10.95 (.75)
Waardering van <i>NewzKids</i>	7.39 (1.55)	7.36 (1.53)	7.43 (1.57)
Initieel prosociaal gedrag ²	2.63 (.34)	2.66 (.32)	2.60 (.36)
Mate waarin ouders goede doelen belangrijk vinden	3.57 (.63)	3.55 (.65)	3.59 (.61)
Donatie voor UNICEF ³	62.16 (30.58)	64.98 (31.50)	59.41 (29.49)

¹ Een chi-kwadraattoets toonde aan dat kinderen in de experimentele conditie significant vaker aangaven te willen helpen met het opzetten van een project voor UNICEF bij hun op school dan kinderen in de controleconditie ($\chi^2 [df = 1, n = 364] = 3.70, p = .02$, eenzijdig).

² Een *t*-toets wees op een marginaal significant verschil tussen kinderen in de experimentele conditie en kinderen in de controleconditie ten aanzien van initieel prosociaal gedrag ($t [df = 369, n = 365] = -1.94, p = .05$).

³ Een *t*-toets wees tevens op een significant verschil tussen kinderen in de experimentele conditie en kinderen in de controleconditie ten aanzien van de hoeveelheid geld dat ze doneerden aan UNICEF ($t [df = 369, n = 371] = -1.76, p = .04$, eenzijdig). Verder werden er geen significante verschillen gevonden tussen beide condities.

TABEL 2. Correlatiematrix voor alle variabelen

	1	2	3	4	5	6
1- Sekse ¹						
2- Waardering van <i>NewzKids</i>	.27 **					
3- Initieel prosociaal gedrag	.28 **	.24 **				
4- Mate waarin ouders goede doelen belangrijk vinden	.22 **	.17 **	.38 **			
5- Conditie ²	.01	-.02	.10 †	-.03		
6- Donatie voor UNICEF	.06	.03	.13 *	.19 **	.09 †	
7- Bereidwilligheid om een project voor UNICEF op te zetten	.32 **	.23 **	.31 **	.20 **	.10 †	.06

¹0 = jongen; 1 = meisje.

²0 = controleconditie; 1 = experimentele conditie; * $p < .05$, ** $p < .01$, † $p < .10$.

Manipulatiecheck

Om vast te stellen in hoeverre beide versies van *NewzKids* verschilden in hun weergave van acties voor UNICEF is aan de kinderen gevraagd in hoeverre er geld gegeven werd aan anderen in het nieuwsprogramma. Een chi-kwadraattoets wees uit dat kinderen in de experimentele conditie inderdaad significant vaker aangaven dat er geld werd ingezameld voor UNICEF dan kinderen in de controleconditie ($\chi^2 [df = 1, n = 363] = 56.95, p = .001$).

Het effect van prosociaal televisienieuws op prosociale intenties (H1) en gedrag (H2)

De logistische regressieanalyse toonde aan dat – onder controle van mogelijke storende factoren – kinderen in de experimentele conditie significant vaker aangaven te willen helpen met het opzetten van een project voor UNICEF bij hen op school dan kinderen in de controleconditie ($OR = 1.87, 95\% CI = 1.00 - 3.49, p = .03$, eenzijdig). De lineaire regressie liet een significant effect zien van de blootstelling aan prosociaal gedrag op de hoeveelheid geld die ze doneerden aan UNICEF ($b = .09, p = .04$, eenzijdig), wat erop wees dat kinderen in de experimentele conditie meer geld doneerden dan kinderen in de controleconditie. De effectgrootte was $d = .29$ voor prosociale intenties en $d = .18$ voor prosociaal gedrag. De bevindingen van de regressieanalyses worden weergegeven in tabel 3.

TABEL 3. Bevindingen van de regressieanalyses naar het effect van prosociaal gedrag in *NewzKids* op de prosociale gedragsintentie (H1) en prosociaal gedrag (H2)

	Logistische regres- sieanalyse	Lineaire regressieanalyse		SE
	Bereidwilligheid om een project voor UNI- CEF op te zetten	Donatie voor UNICEF		
	OR	95% CI	b	
Univariaat (<i>N</i> = 372)				
Sekse ¹	5.90 ***	3.22 – 10.82	0.06	0.05
Waardering van <i>NewzKids</i>	1.76 ***	1.35 – 2.28	0.03	0.05
Initieel prosociaal gedrag	2.12 ***	1.62 – 2.79	.13 **	0.05
Mate waarin ouders goede doelen belangrijk vinden	1.68 ***	1.28 – 2.19	.19 ***	0.05
Donatie voor UNICEF	1.16	.89 – 1.51	-	-
Conditie ²	1.68 *	.99 – 2.87	.09 *	0.05
Volledig model (<i>N</i> = 372)				
Sekse ¹	3.83 ***	1.97 – 7.44	0.03	0.06
Waardering van <i>NewzKids</i>	1.42 **	1.06 – 1.89	-0.01	0.06
Initieel prosociaal gedrag	1.57 **	1.14 – 2.16	0.03	0.06
Mate waarin ouders goede doelen belangrijk vinden	1.27	.93 – 1.73	.17 **	0.06
Donatie voor UNICEF	0.92	.68 – 1.24	-	-
Conditie ²	1.87 *	1.00 – 3.49	.09 *	.

Noot. *b* = ongestandaardiseerde schatting; *SE* = standaard fout; *OR* = Odds Ratio; 95% *CI* = 95% betrouwbaarheidsinterval.

¹0 = jongen; 1 = meisje.

²0 = controleconditie; 1 = experimentele conditie;

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, eenzijdig.

Conclusie en discussie

Dit is de eerste studie die heeft gekeken in hoeverre blootstelling aan prosociaal gedrag in televisienieuws voor kinderen is gerelateerd aan prosociale intenties en gedragingen in kinderen in de late kindertijd en de preadolescentie. De bevindingen toonden aan dat – na controle voor de mogelijke invloed van sekse, waardering van het nieuwsprogramma, initieel prosociaal gedrag en de mate waarin ouders belang hechten aan goede doelen – blootstelling aan prosociaal gedrag in een nieuwsprogramma leidt tot een toename in prosociale intenties en gedragingen van de kijkers. Meer specifiek, kinderen die daadwerkelijk prosociaal gedrag hadden gezien, waren meer gemotiveerd in het helpen opzetten van een project voor UNICEF op hun

school en doneerden meer geld aan UNICEF dan kinderen die dit niet hadden gezien. Deze bevindingen voegen toe aan eerder onderzoek dat, naast prosociale entertainmenttelevisie (Mares & Woodard, 2005, 2012), het zien van sociaal televisienieuws ook prosociale motieven en gedragingen kan versterken – tenminste bij kinderen in de late kindertijd en de preadolescentie.

De effectgrootte die werd gevonden voor de gedragsintentie was gemiddeld en daarmee vergelijkbaar met de gemiddelde effectgrootte die gevonden werd voor entertainmentmedia in de meta-analyse van Mares en Woodard (2005). De effectgrootte voor gedrag was echter klein. Een mogelijke verklaring waarom de invloed van sociaal nieuws minder sterk was op het daadwerkelijke gedrag dan op de intenties kan zijn dat het moeilijker is om gedrag te veranderen (Ajzen & Fishbein, 2005). De kinderen werden slechts twee minuten blootgesteld aan het sociaal gedrag en dit nieuwsitem was ook nog eens ingebed tussen twee andere items. Ook werden ze slechts eenmaal blootgesteld, terwijl de effecten mogelijk sterker zijn als kinderen langer en herhaaldelijk worden blootgesteld (Mares, 2013; Mares & Woodard, 2012).

Een andere mogelijke verklaring is dat de kinderen meer gemotiveerd werden om vrijwilligerswerk te ondernemen dan te doneren vanwege de aard van het UNICEF-nieuwsitem. Uit eerder onderzoek blijkt dat persuasieve boodschappen voor liefdadigheid die schuld en medelijden oproepen eerder leiden tot het doneren van geld, terwijl boodschappen die positiever zijn geframed leiden tot het ondernemen van actie, bijvoorbeeld om actief betrokken te zijn en tijd te spenderen aan liefdadigheid (Eayres & Ellis, 1990). In het nieuwsitem in deze studie werden geen kinderen in nood getoond. In plaats daarvan waren kinderen te zien die actief betrokken waren bij het inzamelen van geld voor UNICEF. Niet alleen waren ze actief, ze vonden het ook heel leuk wat ze deden. Het zou kunnen dat deze positieve weergave ertoe heeft geleid dat de kinderen meer gemotiveerd werden om in actie te komen voor UNICEF, terwijl hun bereidwilligheid om te doneren minder sterk werd beïnvloed. Desalniettemin is het veelbelovend dat blootstelling aan slechts een kort nieuwsitem met sociaal gedrag er al toe leidde dat de kinderen sterkere intenties hadden om te helpen.

Zoals elke studie heeft ook deze studie een aantal limitaties die van belang zijn om te vermelden. Ten eerste is sociaal gedrag enigszins eendimensionaal onderzocht, namelijk door te focussen op helpen en delen. Sociaal gedrag is echter een multidimensionaal construct (Eisenberg et al., 2007; Mares & Woodard, 2005) en het zou daarom voor vervolgonderzoek interessant zijn om ook andere vormen van sociaal gedrag mee te nemen om zo een meer genuanceerd beeld te krijgen van de invloed van televisieprogrammering op sociale motivaties en gedragingen in kinderen (Padilla-Walker et al., 2013). Zo zijn verbale sociale gedragingen die ook veel op televisie te zien zijn, zoals complimenten geven en anderen aanmoedigen, grotendeels genegeerd in eerder onderzoek. Ook is het van belang na

te gaan of blootstelling aan bepaald pro sociaal gedrag op televisie ook inspireert tot andersoortig pro sociaal gedrag, dus pro sociaal gedrag dat niet gerelateerd is aan het gedrag dat wordt geportretteerd.

Een tweede limitatie betreft de beperkte externe validiteit van experimenteel onderzoek. Ondanks de relatief realistische omstandigheden (een realistisch nieuwsprogramma, bekeken op school), is een experimentele context anders dan het echte dagelijks leven, wat mogelijk invloed heeft gehad op de intenties en gedragingen van de kinderen. Longitudinale surveystudies zijn nodig om te onderzoeken in hoeverre (zelfgekozen) blootstelling aan pro sociale televisie is gerelateerd aan de ontwikkeling van pro sociaal gedrag in kinderen door de jaren heen. Dit is nog nauwelijks onderzocht (Greitemeyer, 2011; Mares, 2013; Mares & Woodard, 2005, 2012).

Ten derde is in deze studie de rol van leeftijdgenoten niet meegenomen. Eerder onderzoek wijst uit dat leeftijdgenoten – en dan met name vrienden – een belangrijke rol spelen in het pro sociale gedrag van kinderen (Hastings et al., 2007). Het was opvallend dat na afloop van onze studie veel kinderen direct met elkaar gingen vergelijken hoeveel ze hadden gedoneerd, waarop sommige kinderen zelfs vroegen of ze alsnog wat extra geld konden doneren. Het zou fascinerend zijn om in een vervolgstudie vast te stellen in hoeverre leeftijdgenoten of vrienden het effect van pro sociale televisie kunnen versterken. Dit is in de context van nieuws ook zeker relevant omdat veel kinderen het nos Jeugdjournaal met hun klasgenoten kijken (NOS, 2014).

Ook zou het interessant zijn om te proberen in vervolgonderzoek meer inzicht te verkrijgen in de onderliggende mechanismen die de relatie tussen pro sociale televisie en pro sociaal gedrag kunnen verklaren (Gerrig, 1993; Green & Brock, 2000). Het idee van leren door observatie en het model van entertainmenteducatie kan daarbij als startpunt worden gebruikt (Bandura, 2004; Moyer-Gusé, 2008), maar ook theorieën over positieve emoties (Fredrickson, 1998; Haidt, 2003) kunnen worden gebruikt om te onderzoeken in hoeverre bijvoorbeeld het zien van pro sociaal gedrag leidt tot meer positieve emoties die vervolgens de kans vergroten om zelf ook pro sociaal gedrag te vertonen. Bovendien zou het interessant zijn om na te gaan op welke wijze kinderen het meest optimaal ingezet kunnen worden als bron, aangezien hier nog nauwelijks wat over bekend is (Zillmann & Brosius, 2000). Tot slot zou het vanuit het perspectief van de positieve psychologie fascinerend zijn om te onderzoeken in hoeverre pro sociale mediaboodschappen indirect, via pro sociaal gedrag, het geluksniveau van kinderen kunnen vergroten (Aknin et al., 2012; Dunn, Aknin & Norton, 2008; Weinstein & Ryan, 2010).

De bevindingen van deze studie ondersteunen het belang van onderzoek naar de invloed van pro sociale media op pro sociaal gedrag in kinderen (Mares & Woodard,

2005, 2012) en heeft twee belangrijke implicaties. Enerzijds kunnen de bevindingen producenten inspireren om in nieuwsprogramma's voor kinderen (meer) prosociaal gedrag te laten zien. Op deze manier zijn zij in staat om de kijkende kinderen te inspireren zelf meer prosociaal te zijn, wat vervolgens hoogstwaarschijnlijk hun welbevinden ten goede zal komen. Anderzijds kunnen de bevindingen ouders helpen om in de gaten te houden wat hun kinderen precies kijken. Recent onderzoek heeft aangetoond dat wanneer ouders hulp kregen om hun kinderen meer prosociale en educatieve programma's te laten kijken, in plaats van programma's met veel agressie, het gedrag van hun kinderen werd verbeterd (Christakis et al., 2013). Ouders zouden dat soort hulp bijvoorbeeld kunnen krijgen met een instrument als de *Kijkwijzer*, met niet alleen waarschuwingen over de schadelijke inhoud van televisieprogramma's, maar ook informatie over de positieve inhoud, waaronder prosociaal gedrag (Strasburger et al., 2009). Daarbij is het van belang te vermelden dat eerder onderzoek heeft aangetoond dat veel televisiekijken in het algemeen negatief samenhangt met prosociaal gedrag (Mares & Woodard, 2012), dus ouders zouden nog steeds geadviseerd moeten worden om hun kinderen niet te veel televisie te laten kijken. Geconcludeerd kan worden dat televisiekijken vaak wordt gezien als de oorzaak van veel problemen bij kinderen, maar deze studie laat zien dat het ook een bron van mogelijkheden voor positieve ontwikkeling kan zijn.

Literatuur

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson & Z.M.P. (Eds.), *The handbook of attitudes*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Aknin, L.B., Hamlin, J.K. & Dunn, E.W. (2012). Giving leads to happiness in young children. *PLoS One*, 7, e39211. doi:10.1371/journal.pone.0039211
- Bandura, A. (2004). Social cognitive theory for personal and social change by enabling media. In A. Singhal, M.J. Cody, E.M. Rogers & M. Sabido (Eds.), *Entertainment-education and social change: History, research, and practice* (pp. 75-96). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Caprara, G. V., Barbaranelli, C., Pastorelli, C., Bandura, A., & Zimbardo, P. G. (2000). Prosocial foundations of children's academic achievement. *Psychological Science*, 11, 302-306.
- Carter, C. & Allan, S. (2005). Public service and the market: A case study of the BBC's Newsround website. *Intervention Research*, 1, 209-225.
- CBS. (2009). Media en ICT: gebruik televisie, krant, pc en internet. Opgehaald van <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70655ned&D1=0-4,6&D2=0-16,28-36&D3=1&HD=090710-1416&HDR=G2,T&STB=G1>
- Christakis, D.A., Garrison, M.M., Herrenkohl, T., Haggerty, K., Rivara, F. P., Zhou, C. & Liekweg, K. (2013). Modifying media content for preschool children: A randomized controlled trial. *Pediatrics*, 131, 431-438. doi:10.1542/peds.2012-1493
- Cillessen, A.H.N. & Rose, A.J. (2005). Understanding popularity in the peer system. *Current Directions in Psychological Science*, 14, 102-105.
- Clark, K.E. & Ladd, G.W. (2000). Connectedness and autonomy support in parent-child relationships: links to children's socioemotional orientation and peer relationships. *Developmental Psychology*, 36, 485-498.

- Clifford, B.R. & Gunter, B. (1995). *Television and children: Program evaluation, comprehension, and impact*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- De Cock, R. & Hautekiet, E. (2012). Children's news online: Website analysis and usability study results (the United Kingdom, Belgium, and the Netherlands). *Journalism and Mass Communication*, 2, 1095-1105.
- Drugokinski, E.L. & Firestone, I.J. (1974). Other centeredness and susceptibility to charitable appeals: Effects of perceived discipline. *Developmental Psychology*, 10, 21-28.
- Dunn, E.W., Aknin, L.B. & Norton, M.I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science*, 319, 1687-1688. doi:10.1126/science.1150952
- Eayres, C.B. & Ellis, N. (1990). Charity advertising: for or against people with a mental handicap? *British Journal of Social Psychology*, 29, 349-360.
- Eisenberg, N., Fabes, R.A. & Spinrad, T. (2007). Prosocial development. In N. Eisenberg & W. Damon (Eds.), *Handbook of child psychology*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Fredrickson, B.L. (1998). What good are positive emotions? *Review of General Psychology*, 2, 300-319. doi: 10.1037/1089-2680.2.3.300
- Gerrig, R.J. (1993). *Experiencing narrative worlds*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Goodman, R., Meltzer, H. & Bailey, V. (1998). The Strengths and Difficulties Questionnaire: A pilot study on the validity of the self-report version. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 7, 125-130.
- Green, M.C. & Brock, T.C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701-721. doi:10.1037/0022-3514.79.5.701
- Greitemeyer, T. (2011). Effects of prosocial media on social behavior: When and why does media exposure affect helping and aggression? *Current Directions in Psychological Science*, 20, 251-255. doi: 10.1177/0963721411415229
- Grusec, J.E., Davidov, M. & Lundell, L. (2002). Prosocial and helping behavior: Blackwell handbooks of developmental psychology. In C.H. Hart & P.K. Smith (Eds.), *Blackwell handbook of childhood social development*. Malden, MA: Blackwell.
- Haidt, J. (2003). Elevation and the positive psychology of morality. In C.L.M. Keyes & J. Haidt (Eds.), *Flourishing: Positive psychology and the well-lived* (pp. 275-289). Washington, DC: American Psychological Association.
- Hastings, P.D., Utendale, W.T. & Sullivan, C. (2007). The socialization of prosocial development. In J.E. Grusec & P.D. Hastings (Eds.), *Handbook of socialization: Theory and research*. New York, NY: The Guilford Press.
- Holder, M.D. & Coleman, B. (2008). The contribution of temperament, popularity, and physical appearance to children's happiness. *Journal of Happiness Studies*, 9, 279-302.
- Jeugdjournaal. (2014). Over het Jeugdjournaal. Opgehaald van www.jeugdjournaal.nl.
- Krevans, J. & Gibbs, J.C. (1996). Parents' use of inductive discipline: Relations to children's empathy and prosocial behavior. *Child Development*, 67, 3263-3277.
- Layous, K., Nelson, S.K., Oberle, E., Schonert-Reichl, K.A. & Lyubomirsky, S. (2012). Kindness counts: prompting prosocial behavior in preadolescents boosts peer acceptance and well-being. *PLoS One*, 7, e51380. doi:10.1371/journal.pone.0051380
- Lyubomirsky, S., King, L. & Diener, E. (2005). The benefits of frequent positive affect: does happiness lead to success? *Psychological Bulletin*, 131, 803-855. doi:10.1037/0033-2909.131.6.803
- Mares, M.L. (2013). Prosocial TV content: Children's interpretations and responses. In E. Scharrer (Ed.), *The international encyclopedia of media studies: Volume V. Media effects/media psychology*. Hoboken, NJ: Blackwell Publishing Ltd.
- Mares, M.L. & Woodard, E. (2005). Positive effects of television on children's social interactions: A meta-analysis. *Media Psychology*, 7, 301-322.
- Mares, M.L. & Woodard, E. (2012). Effects of prosocial media content on children's social interactions. In D.G. Singer & J.L. Singer (Eds.), *Handbook of children and the media* (2nd ed.) (pp. 197-214). Thousand Oaks, CA Sage Publications, Inc.
- Matthews, J. (2005). 'Out of the mouths of babes and experts': Children's news and what it can teach us about news access and professional mediation. *Journalism Studies*, 6, 509-519.

- Moore, C.W. & Allen, J.P. (1996). The effects of volunteering on the young volunteer. *The Journal of Primary Prevention*, 17, 231-258.
- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18, 407-425.
- NOS. (2014). NOS Jaarverslag 2010: Kijk-, luister- en internetcijfers. 2014. Opgehaald van <http://nos.nl/jaarverslag/nos-cijfers/22-kijk-luister-en-internetcijfers/>
- Östberg, V. (2003). Children in classrooms: peer status, status distribution and mental well-being. *Social Science & Medicine*, 56, 17-29.
- Padilla-Walker, L.M., Coyne, S.M., Fraser, A.M. & Stockdale, L.A. (2013). Is Disney the nicest place on earth? A content analysis of prosocial behavior in animated Disney films. *Journal of Communication*, 63, 393-412.
- Paik, H. & Comstock, G. (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. *Communication Research*, 21, 516-546.
- Peterson, C. & Seligman, M.E.P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford: Oxford University Press.
- Raver, C.C. (2002). Emotions matter: Making the case for the role of young children's emotional development for early school readiness. *Social Policy Report*, 16, 3-19.
- Rideout, V.J., Foehr, U.G. & Roberts, D.F. (2010). *Generation M2. Media in the lives of 8- to 18-year-olds*. Menlo Park, California: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Seligman, M.E.P. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology – An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14. doi:10.1037//0003-066x.55.1.5
- Smith, S.W., Smith, S.L., Pieper, K.M., Yoo, J.H., Ferris, A.L., Downs, E. & Bowden, B. (2006). Altruism on American television: Examining the amount of, and context surrounding, acts of helping and sharing. *Journal of Communication*, 56, 707-727. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00316.x
- Strasburger, V.C., Wilson, B.J. & Jordan, A.B. (2009). *Children, adolescents, and the media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Walma van der Molen, J.H. & Vries, M. de (2003). Violence and consolation: September 11th 2001 covered by the Dutch children's news. *Journal of Educational Media*, 28, 5-19.
- Walma van der Molen, J.H., Valkenburg, P.M. & Peeters, A.L. (2002). Television news and fear: A child survey. *Communications*, 27, 303-317.
- Weinstein, N. & Ryan, R.M. (2010). When helping helps: Autonomous motivation for prosocial behavior and its influence on well-being for the helper and recipient. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98, 222-244.
- Zillmann, D. & Brosius, H.B. (2000). *Exemplification in communication: The influence of case reports on perceptions of issues*. New York, NY: Routledge.