

Media-competent?

Wacht, dat google ik even.

Welke mediawijsheid competenties heeft de 'Einstein-generatie' juist wel of niet, en wat moeten we daarmee in de klas.

Kinderen van nu groeien op met computers, internet en mobieltjes. Maar zijn het daardoor ook andere kinderen? Hebben zij andere capaciteiten en vooral competenties doordat zij hier mee opgegroeid zijn? En zo ja of juist nee, welke zijn dat dan en wat moeten wij daarmee op school?

Nieuwe geletterdheid of mediawijsheid

In dit artikel staan de competenties of juist het gebrek aan competenties van de huidige onderbouwscholieren centraal. We zullen zien dat die competenties samenvallen met nieuwe geletterdheid of mediawijsheid.

We beginnen met een reis in de tijd en langs enkele begrippen. Vervolgens bekijken we wat de literatuur te zeggen heeft over die competenties en mediawijsheid. De tweede helft van het artikel gaat over een nulmeting van de in de literatuur gevonden waarden op het Montessori Lyceum Herman Jordan in Zeist.



Afstudeerartikel IVLOS
Siegfried Sinnema (3556697)
Universiteit Utrecht
Augustus 2011

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	pagina 2
Samenvatting en Conclusie	pagina 3
What's new?	pagina 5
1 Nieuwe geletterdheid of mediawijsheid	pagina 6
2 De 'Einstein-generatie' of 'Net-generatie'	pagina 8
3 De veranderende omgeving	pagina 11
3.1 Interactiviteit	
3.2 Informatie zoeken en verwerken	
3.3 Beelden	
3.4 Multitasken, de mythe	
3.5 Sociale omgeving, netwerken (leren), communiceren	
4 Mediawijsheid	pagina 16
Deel 2	
5 Nulmeting op het Herman Jordan Lyceum te Zeist	pagina 18
5.1 Techniek	
5.2 Analyse	
5.3 Reflectie	
5.4 Concentratie	
Bijlage 1	pagina 34
Bijlage 2	pagina 39
Literatuur	pagina 42

Samenvatting en Conclusie

We zien dat de technologische ontwikkelingen een grote vlucht hebben gevonden in onze maatschappij. De informatie stroom in beeld, geluid en tekst is oneindig, alom aanwezig en constant. De technologie dringt steeds verder ons dagelijkse leven in.

Dat maakt dat er een stroming ontstaat die denkt dat we door deze ontwikkelingen onze manier van denken en werken totaal moeten omgooien. Jongeren die volledig opgegroeid zijn met al die techniek om zich heen, leren, communiceren en denken heel anders dan ouderen volgens deze generatiedenkers. Ze kunnen multitasken en overall kennis vandaan halen. Deze generatiedenkers schotelden een dusdanig sterk beeld voor van deze 'Einstein of Net-generatie' dat velen een verkeerd beeld van de capaciteiten van deze generatie hebben gekregen.

Nu na een aantal jaren de rook wat optrekt en dingen zich uitkristalliseren, is er wel degelijk wat veranderd, maar de jongeren blijken toch nog gewoon op de ouderwetse manier te denken en doen. Ze omarmen met graagte alle nieuwe snufjes, maar vooral om te doen wat al generaties jongeren voor hen ook deden op die leeftijd en dat is een eigen identiteit ontwikkelen.

Maar er is meer. We moeten een weg vinden in een interactieve wereld, waar we constant informatie moeten zoeken, beoordelen, verwerken en rangschikken. We worden steeds vaker omringt door schermen waarvan we de informatie moeten kunnen lezen en interpreteren, en we staan continu in contact met iedereen. Alles wordt op een gegeven moment zo'n brei dat jongeren nu aan infobesitas leiden; een teveel aan informatie waardoor het normale functioneren stukt.

Om in die veranderende samenleving mee te kunnen moeten jongeren mediawijs worden. Ze moeten de techniek beheersen om te kunnen schrijven en publiceren, ze moeten creatief zijn, analyseren en reflecteren. En heel veel jongeren kunnen dat of gaan zich dit eigen maken. We zien echter dat er grote verschillen zijn tussen de jongeren. De ene groep is superhandig met computers en zijn perfect op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen en maken in hun vrije tijd handige app's. De andere groep heeft net voldoende knoppenbeheersing om lekker met vrienden te chatten via de eigen profielpagina.

Dit is het uitgangspunt geweest van een eenvoudige nulmeting van een aantal aspecten van mediawijsheid op het Montessori Lyceum Herman Jordan in Zeist. Daar moet nog één belangrijk punt aan worden toegevoegd: planning en concentratie. Uit de literatuur blijkt dat dit twee competenties zijn waar jongeren van nu slecht op scoren, doordat ze constant gestoord worden door allerlei manieren van communicatie die om aandacht vragen. Ouderen hebben hier overigens ook last van. Deze verstoringen beïnvloeden het leerproces waardoor dit minder effectief is. Daarom zouden planning en concentratie ook onderdeel moeten zijn van mediawijsheid.

Bij de nulmeting op het Herman Jordan Lyceum in Zeist zien we dat de geënquêteerde leerlingen goed scoren op techniek. Ze zijn zeer actief op internet en op de sociale mediasites, en zijn ook redelijk actief in het zelf maken van content.

Voor het onderdeel analyse van de mediawijsheid is alleen gekeken hoe de leerlingen hun eigen zoekresultaten beoordelen. Drie kwart denkt dat het zoekresultaat dat ze hebben gevonden goed is, maar de helft van die leerlingen beoordeelt dit zoekresultaat niet eens! Het is dus maar zeer de vraag wat de waarde van het gevondene is. Uit de literatuur bleek al dat jongeren slechte zoekers zijn en op het Herman Jordan lijkt het erop dat dat niet anders is.

Op het gebied van reflectie scoort de onderzochte groep redelijk op het gebied van privacy. Drie kwart heeft de profielpagina ontoegankelijk gemaakt voor onbekenden. Het lijkt erop dat ze dus wat zorgvuldiger omgaan met hun privé gegevens. Bijna 20 procent is bang dat ze via internet gepest worden of ten schande worden gemaakt. Ruim tien procent van de ondervraagde leerlingen heeft ook daadwerkelijk te maken gehad met digitaal pesten. Een alarmerend hoog aantal.

Hoe actief de ondervraagde leerlingen op internet zijn met profielsites, berichten lezen, kletsen, praten en vriendschappen onderhouden, toch gaan ze voor meningsvorming niet te rade bij virtuele vrienden. Informatie van internet willen ze hier nog wel bij betrekken, maar de naaste omgeving, bestaande uit echte vrienden en ouders, zijn veruit het belangrijkste reflectiekader.

Over het algemeen vinden de leerlingen dat ze niet worden gestoord door allerlei bronnen van afleiding zoals tv, muziek, internet, mail, twitter en telefoon. Toch werkt 80 procent liever thuis aan schoolwerk vanwege de rust. Uit de literatuur blijkt dat elke verstoring ten koste gaat van het leren. Het is dus de vraag hoe geconcentreerd de onderzochte leerlingen werken.

Ten slotte geeft bijna tweederde van de leerlingen in dit onderzoek aan dat ze graag iets van school zouden leren op het gebied van 'zoeken op internet', 'omgaan met gevaren van nieuwe media' en/of 'veilig surfen en profielsite beheren'.

Deze uitkomsten zullen meegenomen worden bij een 'vaardigheden-nota' die het komend schooljaar gemaakt wordt. Hierin zullen alle vaardigheden verzameld worden waarvan de school vindt dat leerlingen die moeten beheersen. Vervolgens worden de verschillende vaksecties verantwoordelijk voor het aanleren van die vaardigheden.

What's new?

Honderd jaar geleden groeiden de pubers van toen op met de eerste auto's en vliegtuigen. De wereld was net daarvoor ook al een stuk groter geworden. Stoomschepen, telegraaf en de industriële revolutie hadden de wereld veranderd en bereikbaarder gemaakt. Met de komst van auto en vliegtuig zou de wereld nog meer binnen handbereik komen.

Hierdoor werd in de decennia die volgden een kettingreactie aan processen in gang gezet. De economie ontwikkelde zich steeds sneller, net als de wetenschap. En het onderwijs moest hierop reageren. Van klassen met 40 tot 60 leerlingen die gemeenschappelijk aan het stampen waren, is er meer aandacht gekomen voor het individu en is het niveau van het geleerde ook enorm gestegen.

De pubers van toen hebben nog net de opkomst van een nieuwe revolutie kunnen meemaken; de computer technologie. Het meest zichtbaar door de introductie van de Personal Computer in de jaren tachtig van de vorige eeuw. In het begin schoorvoetend ontvangen als een speeltje voor nerds. Inmiddels niet meer weg te denken uit ons leven. En de PC van nu is allang niet meer de PC van de jaren tachtig. De PC is verworden tot een PDA, netbook, smartphone of tablet. De wereld in je achterzak.

Natuurlijk hebben deze ontwikkelingen ook hun weerslag in de maatschappij. Kennis en informatie zijn altijd en overal beschikbaar. Er is een virtuele wereld ontstaan van games, sociale media en netwerken. Scheidslijnen tussen werken, ontspannen, vriendschap en privé vervagen. Het kan niet anders dan dat ook invloed heeft op de ontwikkeling van het kind. Het kan dan ook niet anders dan dat het ook z'n weerslag heeft op het onderwijs.

1 Nieuwe geletterdheid of mediawijsheid

'Nieuwe geletterdheid' is een veel gebruikte term als we het hebben over de veranderende wereld door de nieuwe media en hoe daar mee om te gaan. In het Engels ook wel 'New Literacy' genoemd. Leu definieerde dat in 2004 als volgt:

Nieuwe geletterdheid omvat de vaardigheden, strategieën en disposities die nodig zijn om zich succesvol aan te passen aan de snel veranderende informatie- en communicatie technologieën en contexten die voortdurend ontstaan en die van invloed zijn op beroepsleven en privé. Deze nieuwe geletterdheid stelt ons in staat om internet en andere ICT toepassingen te gebruiken, belangrijke vragen te kunnen stellen, informatie te vinden, de waarde van de informatie kritisch te beoordelen, de gevonden informatie samen te brengen zodat de vragen beantwoord kunnen worden en daarna het resultaat met anderen te kunnen communiceren. (Leu, Kinzer, Coiro, en Cammack, 2004)

Een verkorte versie die je in allerlei varianten terug vindt gaat als volgt:

Nieuwe geletterdheid is de verzamelnaam voor vaardigheden die mensen nodig hebben om informatie te verwerken en met anderen te communiceren over de betekenis van die informatie.

De raad voor cultuur definieerde in 2005 de term 'mediawijsheid'. Deze definitie schuurt qua inhoud en betekenis erg tegen nieuwe geletterdheid aan en als term te preveren boven nieuwe geletterdheid, omdat het beter weer geeft waar het om gaat:

"Mediawijsheid duidt op het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld." (Raad voor Cultuur, 2005, p.18).

Om mee te kunnen in de maatschappij van nu, moet je niet alleen kunnen lezen, schrijven en informatie verwerken, je moet dat op verschillende platformen kunnen (boek, computer, smart phone) en in een steeds veranderende context.

Dat vraagt van elk individu in onze maatschappij knoppenvaardigheden, kennis van en inzicht in diverse media, en een kritische houding. Gelukkig is het niet alleen de jongeren gegeven om dit te kunnen. Ook de meeste mensen boven de 20 hadden deze vaardigheden al of hebben zich deze vaardigheden in de loop der tijd verworven. Sterker nog het zijn juist de twintigers en dertigers die de middelen (geld) en de omgeving (werk, mobiliteit) hebben waardoor ze hiermee veel en gericht bezig zijn. Twitter werd in de begin alleen door deze groep gebruikt. Zij hadden de dure smart phones om effectief te kunnen twitteren. Zij hadden er ook voordeel bij voor hun werk (netwerken, crowdsourcing, informatie voorziening...).

Een beperkende factor voor de mediawijsheid (nieuwe geletterdheid) is er wel en die is gelijk aan die voor de standaard geletterdheid, namelijk iemands vermogen om dit te leren. Heb je moeite met lezen en schrijven dan zal het niet meevallen om in de huidige maatschappij de competenties te verwerven die bij de mediawijsheid horen. Niet voor niets worden de jongeren van nu ook wel als de 'Einstein-generatie' aangeduid. Je moet nogal wat in je mars hebben, zo slim als Einstein zijn, om dit te kunnen.

Door de aanduiding 'Einstein-generatie' of 'Net-generatie' kunnen velen echter wel op het verkeerde been gezet worden. Dit zogenaamde 'generatie denken' zorgt ervoor dat hele generaties over één kam worden gescheerd en dat er nogal wat beweerd wordt dat niet waar blijkt te zijn. Laten we dit fenomeen eerst iets beter bekijken, voordat we verder gaan met mediawijsheid.

2 De 'Einstein-generatie' of 'Net-generatie'

Jeroen Boschma en Inez Groen (Boschma en Groen, 2007) bedachten in 2006 de term 'Einstein-generatie' voor de jongeren van nu (12-25 jaar). Een generatie die geheel is opgegroeid met computertechnologie en een wereld van welvaart, commercie en informatie. Beeld, internet en snelle communicatiemiddelen zijn hun vanaf de geboorte met de paplepel ingegoten. Ze staan volgens de schrijvers heel anders in het leven dan de babyboomers of de generatie X (zie tabel 1). De computer of afgeleide daarvan is geen werktuig of een informatiebron, zoals voor de voorgaande generaties, maar het is een sociaal apparaat. Het is onderdeel van hun zelf. Een deel van hun leven kan niet bestaan zonder dit communicatiemiddel.

Tabel 1: Generatie kenmerken volgens Noordflank (Noordflank.nl)

Babyboomers	generatie X	generatie Einstein
1945 – 1955	1960 – 1985	na 1985
protest	negatief	positief
geen merken	opkomst merken	veel merken
bevlogen	relativeren	serieus
gewend aan veranderingen	continuïteit	verandering is natuurlijk
belang van de groep voorop	eigenbelang	belang van maatschappij
sociale en ethische normen	traditionele normen	eigen normen
wederopbouw	depressie	alle kansen
vol met idealen	weinig ideologie	traditionele idealen
andere toekomst	geen vertrouwen	toekomst is maakbaar

Het beeld dat de schrijvers van de 'Einstein-generatie' schetsen is een stuk positiever dan de veelgehoorde klacht dat deze generatie een knip en plak generatie zou zijn. Alleen maar op jacht naar de drie G's: genot, gemak en gewin. Boschma en Groen stellen daar de drie S-en tegenover; slimmer, sterker en socialer.

De auteurs kenmerken de jeugd als sociaal, maatschappelijk betrokken, functioneel, trouw, op zoek naar intimiteit, zakelijk, mediasmart, divers, zelfbewust, vol zelfvertrouwen, empathisch, creatief en samenwerkend. Ze zijn slimmer, sneller, mondiger en socialer dan de generaties boven hen. Het zijn van nature multitaskers en netwerkers en ze communiceren graag. Deze generatie is individualistisch, maar gericht

op samenwerken. Ook de drijfveren van de generatie Einstein zijn anders dan voorgaande generaties: ze zijn bewuster bezig met hun omgeving en zoeken status niet per se in werk. Een authentiek leven is van groter belang (Youngmarketing, 2010 en Noordflank.nl).

Boschma en Groen maken wel duidelijk een onderscheid binnen deze 'Einstein-generatie', nu in het algemeen meer bekend als de 'Net-generatie'. Ze stellen tijdens een interview in de Volkskrant dat het verschil tussen iemand van 22 en 14 alweer levens groot is.

'Studenten van Hogeschool Inholland hebben eens onderzoek gedaan onder scholieren en het wederzijdse onbegrip was enorm. Studenten e-mailen nog. Dat vinden scholieren belachelijk. Je wacht gewoon tot iemand online is, dan heb je echt contact.' (Volkskrant, 2006)

De 'Einstein-generatie' krijgt een hoop etiketten opgeplakt met wat ze allemaal wel of niet zouden kunnen. Harry van Vliet heeft hier in 2009 in zijn artikel 'De netgeneratie bestaat niet' forse kritiek op:

Het Netgeneratie denken is echter in hoge mate irrelevant en berust op onjuiste beweringen. Irrelevant in die zin dat het generatiedenken ons niet verder helpt in het feitelijke inzicht verkrijgen in het gedrag van (schoolgaande) jongeren. Onjuist in die zin dat recent onderzoek op zijn zachts gezegd een genuanceerd beeld laat zien van het (digitale) gedrag van jongeren. Niet alleen is het Netgeneratie denken irrelevant en onjuist, het is ook gevaarlijk. Gevaarlijk in die zin dat het wordt ingezet als beslissend argument om veranderingen tot stand te brengen, niet in de laatste plaats in het onderwijs: er is een Netgeneratie dus we moeten het onderwijs aanpassen. Deze aanpassingen van het onderwijs zijn noodzakelijk om de van het onderwijs 'vervreemde' jongeren te redden. Misschien moet het onderwijs wel vernieuwd worden maar de argumenten die de generatiedenkers hiervoor aandragen kunnen daarvoor geen afdoende fundament bieden. (van Vliet, 2009, p1-2)

In zijn artikel verwijst van Vliet naar divers internationaal onderzoek die zijn beweringen moeten onderbouwen. Zijn kritiek is deels voortschrijdend inzicht. In drie jaar tijd is er heel wat onderzoek gedaan. Zo blijken kinderen geen multi-taskers te zijn, bestaat de digitale kloof tussen jong en oud maar deels, zijn jongeren eigenlijk slechte informatie zoekers en beoordeelaars, en zijn nieuwe media voor jongeren tools die gebruikt worden voor identiteitsontwikkeling, opgroeien en zelfstandig worden. Maar van Vliet verwijt de generatie-denkers nog het meest dat ze bij hun eerste publicaties en ook in latere publicaties geen enkel wetenschappelijk onderzoek aanhalen dat hun beweringen staft.

In het voordeel van Boschma en Groen zou je nog kunnen zeggen dat hun boek was bedoeld voor iedereen die met jongeren wil communiceren. De auteurs komen zelf ook uit de communicatie en reclame branche, en hebben dan ook geen wetenschappelijk werk geproduceerd, maar een weerslag gemaakt van de tijdsgeest. Blijkbaar sloeg dit beeld zo aan dat veel mensen het overnamen en de capaciteiten die aan de 'Einstein-generatie' werden toegeschreven als waar werden beschouwd.

En het aannemen van die waarheid zorgt nog steeds voor verwarring. In feite komen hier twee ontwikkelingen samen. De snelle technologische ontwikkelingen van de afgelopen jaren en het beeld dat je hierdoor heel veel moet kunnen en dat vooral de jongeren daartoe in staat zijn doordat zij er mee opgegroeid zijn. Tezamen zou dat een ommezwaai geven in onze manier van denken en werken.

De technologische ontwikkeling is natuurlijk gewoon de realiteit. Het beeld dat alleen jongeren de startcompetenties zouden hebben om dit te kunnen blijkt, zoals hiervoor in het kort beschreven, een mythe. Dientegevolge kan je dan ook niet zeggen dat jongeren anders denken en werken.

Het is wel belangrijk om je dit te realiseren. Het beeld dat er een ommezwaai op komst is in denken en werken heeft al zodanig post gevat dat velen het voor waar aannemen en vinden dat we onze maatschappij en dus ook ons onderwijs anders moeten inrichten. Uit onderzoek, dat hierna wordt beschreven, komt iets heel anders naar voren. Net als ouderen moeten jongeren juist ook nog veel leren, ondanks dat zij met al die technologieën zijn opgegroeid. Zij zullen, omdat ze zich nog aan het begin van hun werkzame leven bevinden, mediawijs (nieuwe geletterdheid) moeten worden.

3 De veranderende omgeving

Mediawijsheid door de Raad voor Cultuur gedefinieerd en zoals die later is uitgewerkt door 'Mijn Kind Online' (zie verderop in dit artikel) is eigenlijk een model waarmee aangegeven wordt welke competenties mensen nodig hebben om goed te kunnen functioneren in de huidige maatschappij.

De technologische ontwikkelingen van de afgelopen jaren en het wetenschappelijke onderzoek naar de invloed van deze technologische omgeving op het opgroeien en leren van kinderen liggen aan deze uitwerking van mediawijsheid ten grondslag.

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste technologische en/of maatschappelijke ontwikkelingen beschreven die invloed hebben gehad op de hierboven beschreven uitwerking van mediawijsheid. Daartoe zijn op internet diverse rapporten, sites, artikelen, blogs en columns gelezen (zie literatuurlijst). Ik pretendeer niet uitputtend te zijn, maar de meest belangrijke ontwikkelingen zijn zo wel boven komen drijven.

3.1 Interactiviteit

Volgens 'leren van jongeren'¹ is de kern van de 'Net-generatie' interactiviteit (Wim Veen en Frans Jacobs, 2005). Games, internet, applicaties zijn steeds meer gebaseerd op twee richtingsverkeer, op reageren op elkaar. Een internetpagina kan niet alleen uit tekst bestaan, maar moet ook hyperlinks, iconen en andere knoppen bevatten. Ook in games moet je constant keuzes maken en strategieën bedenken. Het media gebruik van de jongeren verschuift van passieve, 'broadcast' media naar interactieve media zoals sms, ping, chat, social networks, twitter. Het zijn geen 'kijkers' meer, maar ze worden 'zenders'.

"Time spent on the Net is not passive time, it's active time. It's reading time. It's investigation time. It's skill development and problem solving time. It's time analyzing, evaluating. It's composing your thoughts time. It's writing time."(Tapscot, 1998, p8)

Die interactiviteit van de media helpt jongeren om te groeien, om waarden te ontwikkelen, te oordelen, te analyseren, te evalueren, te kritiseren en anderen te helpen. De virtuele sociale interacties zijn onderdeel van hun persoonlijkheid en geven hun en passant ook nog deze competenties mee.

Volgens van Dijk is het mogelijk dat de 'Net-generatie' dit kan, maar nuanceert dit als volgt:

Het opgroeien in een informatiemaatschappij betekent niet per definitie dat alle jongeren mediawijs zijn. Er zijn grote verschillen onder jongeren hoe ze gebruik (kunnen) maken van instrumenten van de informatiemaatschappij (Van Dijk, 2003).

Hij twijfelt er aan of de jongeren met die interactiviteit van internet en games ook automatisch zoveel leren en daarbij gelooft hij niet in het generatie denken. Niet iedereen die opgroeit met al die technologie om zich heen wordt daar op dezelfde manier door beïnvloed. Hij gebruikt daarbij de analogie van de oorlogsgeneratie. Hoewel

¹ 'Leren van jongeren' van SURF. Surf is een organisatie waarin universiteiten, hogescholen en onderzoeksinstituten samen werken aan grensverleggende ICT-innovaties. Zij schreven deze literatuurstudie naar het leergedrag van jongeren in 2005. De verkregen kennis moest helpen bij het ontwerpen van onderwijssystemen die beter op de leerling van nu zijn toegesneden.

die generatie allemaal de oorlog hebben meegemaakt, maakt het nogal uit of je op het platteland woonde of in de stad, of je jood was of niet, of je te werk werd gesteld of niet. De impact van de oorlog op die 'oorlogs-generatie' was nogal verschillend, toch is het één en dezelfde generatie. Zo is het ook voor de 'net-generatie', vindt van Dijk, allemaal opgegroeid in de multimediale informatiemaatschappij van overvloed en toch zullen er grote verschillen zijn onderling. Daarbij hebben we het nog niet eens gehad over het niveau of de kwaliteit van de veronderstelde ontwikkelde waarden, het oordelen, het analyseren, het bekritisieren en elkaar helpen.

Kijk dus naar het individu, een aanbeveling waar men in onderwijsland niet van zal opkijken. Dit is de dagelijkse praktijk. Toch is het wel goed te bedenken dat elke school een andere populatie leerlingen heeft. Het is dus handig om te weten hoe 'connected' jouw leerlingen zijn met het net, als onderdeel van mediawijsheid.

3.2 Informatie zoeken en verwerken

Een andere kernactiviteit van de net-generatie volgens het rapport 'Leren van jongeren' is informatie zoeken en verwerken.

"At their fingertips, children have access to the historical repository of human knowledge and increasingly the tools (...) to find what they need." (Tapscott, 1998, p. 90)

Uit divers onderzoek blijkt dat internet voor scholieren en studenten DE informatiebron is. Ze willen zelf zoeken en niet vastzitten aan de structuur van een bibliotheek. Dat is mooi, maar kunnen ze dan ook goed zoeken op internet en beoordelen wat die gevonden resultaten waard zijn? Nee. We kunnen daar genuanceerd over doen maar uit diverse publicaties blijkt dat, op een enkeling na, jongeren niet weten hoe ze moeten zoeken, wat ze vinden en wat ze er mee moeten.

Kennisnet, het expertise centrum voor ict in het onderwijs gesubsidieerd door het ministerie van OCW, onderkent dit ook. In 2009 publiceerde ze in de kennisnet onderzoeksreeks de publicatie 'betrouwbaarheid van internetbronnen'.

Leerlingen gebruiken steeds vaker internetinformatie als bron van informatie, bijvoorbeeld voor werkstukken. Maar vaak zijn ze slecht voorbereid om zelf, als eigen poortwachter, de informatie die ze tegenkomen kritisch te beoordelen. Ze gaan af op de eerste hit op Google, lezen artikelen slecht en kiezen liever voor een makkelijk copy-pastebaar artikel dan één waarvan de betrouwbaarheid goed kan worden vastgesteld. Ze missen, kortom, de zogenoemde informatievaardigheden die nodig zijn om op internet het kaf van het koren te scheiden. Deze vaardigheden zullen ze later in hun leven hard nodig hebben. (Schravesande, 2009)

Informatie zoeken en verwerken zou dus een competentie zijn die op school aandacht moet krijgen binnen het onderwijs programma. Dit is niet iets dat je vanzelf leert. Net zo min als je vroeger direct je weg kon vinden in een bibliotheek. Je ziet dit dus ook terug in de benodigde competenties voor mediawijsheid.

3.3 Beelden

De maatschappij is tegenwoordig sterk beeldgericht. Jongeren zijn opgegroeid met meerdere schermen in huis die allerlei informatie en beelden voortbrengen. Niet zo gek dus dat deze generatie goed met beelden kan omgaan en daar snel veel informatie kan uithalen. Overigens zijn ook de andere generaties hier inmiddels goed in getraind. Wie een paar jaar geleden naar de herhaling, van de in de jaren 80 zeer populaire televisie serie 'De Fabriek', heeft gekeken ervaart dat zelf. Het tempo van de beeldwisselingen lag een stuk lager, net zo als de ontwikkelingen van de verhaallijnen, terwijl dat toen niet zo ervaren werd. Iedereen is inmiddels gewend aan de alom aanwezige schermen en de informatie en beelden die ze spuien.

Je ziet deze sterke beeldcultuur overigens ook al terug in de meeste schoolboeken. De boeken zijn rijk geïllustreerd met foto's, tekeningen, graphics, cartoons, etc.. Dat is niet alleen om de boel op te leuken en aantrekkelijker te maken, maar in die beelden zit ook informatie die opgenomen wordt.

Beelden kunnen helpen bij het leren. Het schept een andere context. Leerlingen blijken meer te onthouden als de context steeds wisselend is. Niet altijd naast dezelfde persoon op dezelfde plaats in de klas is een andere context. Maar een verhaal met beelden illustreren ook. Daarnaast kan met de beelden ook een andere intelligentie aangesproken worden. Gardner introduceerde 8 vormen van intelligentie, waar visueel-ruimtelijke intelligentie (beeldknop) er één van is.

Leerlingen zouden op zoveel mogelijk intelligenties moeten worden aangesproken. Met de komst van de digi-borden zie je ook dat dit steeds vaker gebeurt. Foto's, filmpjes en andere beelden ondersteunen steeds vaker het verhaal van de docent. Overigens zie je dit ook in het bedrijfsleven terug. De communicatie wordt steeds uitbundiger en diverser, net als de presentaties. Beeld moet wel aanvullend of illustratief zijn, niet afleiden. Afleiding is er al genoeg voor de leerlingen van de huidige generatie.

3.4 Multitasken, de mythe

Als je de berichtgeving van de afgelopen jaren moet geloven, dan kunnen alle jongeren heel goed multitasken. Tv kijken, huiswerk maken, msn-en, muziek luisteren, het zou allemaal tegelijk kunnen. Dit beeld is inmiddels wel voldoende ontkracht. Niemand, ook vrouwen niet, kan tegelijkertijd twee denktaken goed uitvoeren laat staan 3 of 4.

Ze kunnen tegelijkertijd online zijn, tv-kijken, een telefoongesprek voeren, naar de radio luisteren én schrijven aan een document . Ze zijn in staat om snel te switchen van de ene naar de andere taak en besteden geen aandacht aan zaken die ze niet interessant vinden. Ze horen de televisie alleen op die momenten dat er voor hen iets van belang op is. Ze lijken te werken met verschillende attentieniveaus die ze snel kunnen aanpassen. Verder lijkt het erop dat ze deze vaardigheid tegelijkertijd kunnen toepassen op auditieve en visuele informatiestromen. (Oblinger & Oblinger, 2005C, p. 2.2)

Uit recent hersenonderzoek is gebleken dat jongeren, net als ouderen nog gewoon serieel denken (Opijnen, 2011). Er kan misschien wel sneller tussen twee taken gewisseld worden, maar nog steeds kost dit tijd en gebeurt het dus niet parallel. Dit semi-multitasken heeft wel invloed op de kwaliteit van het werk. Yvonne van Sark, schrijfster van 'Puberbrein binnenstebuiten' omschrijft dit ook wel als 'infobesitas'.

“Infobesitas is het fenomeen dat iemand zo veel communiceert en informatie ontvangt dat hij het niet meer kan verwerken. Infobesitas kan leiden tot diverse problemen; concentratiestoornissen, leerproblemen, geprikkeldheid en slapeloosheid. Een voorbeeld is de VWO-leerlinge die door het gebruik van Facebook en Hyves 's avonds niet meer aan haar huiswerk toekwam. Het is belangrijk dat jongeren vaardigheden aanleren zoals filteren van informatie, het stellen van prioriteiten en het maken van een dagindeling.” (Sark, 2011)

Sark staat niet alleen hierin. Nicolas Carr² deed hier ook onderzoek naar. Uit een interview met hem in 'De Pers':

Carr somt bovendien een veelheid aan wetenschappelijk onderzoek op waaruit blijkt dat internetgebruik inderdaad iets met onze hersenen doet. Intensief gebruik van het ene deel (door websurfen) gaat bijvoorbeeld ten koste van andere delen van de hersenen. Overlaad je je 'werkgeheugen', dan pikt je langetermijngeheugen niks meer op. En van een tekst met hyperlinks onthoud je minder dan van een gewone, lineaire tekst. Samengevat: hypertext, multimedia, onderbrekingen en multitasken verminderen het leren en onthouden doordat we voortdurend onze aandacht verdelen. (Marcel van Engelen, 2010)

Concentratie en nog misschien nog wel meer: focus, lijkt hierin de ontbrekende vaardigheid. Was de gedachte dat jongeren konden multitasken en daardoor snel en gesegmenteerd overal informatie vandaan haalden, en dit tot één geheel zouden smeden. Nu blijkt dat niets minder waar is. Het snel switchen tussen allerlei taken maakt dat leerlingen focus en concentratie missen. Bij het bijbrengen van mediawijsheid bij leerlingen moeten daarom vaardigheden als planning en focus worden aangeleerd.

3.5 Sociale omgeving, netwerken (leren), communiceren

Internet is een nieuw communicatie platform. Naast het gesprek (ook wel face-to-face contacten) en de brief, kan je via internet op diverse manieren communiceren. Mail, chat, MSN, Blog, Vlog, profielsite, twitter en alles wat er nog bedacht wordt. Het geeft de gebruikers een nieuwe vorm van contact. Vooral nu internet ook steeds meer op mobiele devices voorhanden is. Jongeren zijn hier zeer actief mee bezig.

Kennisnet onderscheid onder die gebruikers vier groepen:

Traditionalisten: gebruiken de basisfunctionaliteiten van interactieve media. Hier vallen veel basisschoolleerlingen onder. Traditionalisten zijn geen intensieve gebruikers van media en hebben geen sterke mening hierover. Contact met vrienden via interactieve media is niet belangrijk.

Gamers: gebruiken YouTube en fora om anderen te tonen wat ze interessant vinden. Experimenteren in games en iets nieuws leren door te gamen spreekt gamers aan. Jongeren zijn meer bezig met communiceren dan met content produceren.

² In de zomer van 2008 publiceerde Nicholas Carr zijn beruchte artikel 'Is google making us stupid?'. Sindsdien wordt hij gezien als een van de meest toonaangevende denkers op het gebied van de nieuwe media, met onder andere publicaties in The New York Times, Wired, Guardian, The New Republic, Financial Times, en Die Zeit. Van Carr verschenen eerder *Does IT matter?* en *The Big Switch* en hij is tevens eigenaar van de populaire weblog *Rough Type*.

Netwerkers: gebruiken een breed scala aan applicaties voor contact met vrienden. Bijna de helft van de middelbare scholieren valt hier onder. Een op de drie middelbare scholieren en tweederde van de hbo'ers houdt een Hyvespagina bij.

Producenten: zijn actieve gebruikers en hebben positieve meningen over alle media, behalve over games. Ze zitten het liefst op Hyves, MSN, YouTube of fora om anderen te tonen wat interessant is. (Antoine van den Beemt, Sanne Akkerman en Robert-Jan Simons, 2009)

Hieruit blijkt al dat de grootste groep de nieuwe mogelijkheden gebruikt voor een oude gewoonte: kijken en bekeken worden.

'...onderliggend zijn jongeren nog wel steeds met dezelfde dingen bezig als eerdere generaties: identiteitsontwikkeling, opgroeien en zelfstandig worden. Er is dan ook een bepaalde nuchterheid in alle gegevens te ontdekken, namelijk dat voor jongeren het contact met vrienden het belangrijkste is en dat (nieuwe) media worden gebruikt om dit doel te bereiken. Vandaar de terugkerende hoge scores in het gebruik van IM (instant messaging), chatten, en sociale netwerken.' (Van Vliet, 2009, p6)

Voor de jongeren is een leven zonder toegang tot nieuwe media bijna onwerkelijk. Internet was er altijd, zal er altijd zijn en is gewoon een deel van hun leven. Toch moeten de jongeren nog wel wat leren. Er zijn twee grote valkuilen voor hen: internet biedt de mogelijkheid voor een virtuele identiteit en alles wat je op internet doet is openbaar.

Een virtuele identiteit op internet biedt mogelijkheden die tot die tijd niet bestond. Je kunt je op internet voordoen zoals je wilt: leeftijd, gender, beroep, hobby's, sociale status, etc.. Dit biedt mogelijkheden tot experimenteren en dat doen jongeren dus volop. Ze gebruiken virtuele identiteiten om verschillende aspecten van hun persoonlijkheid te ontwikkelen. Met de reactie van anderen op hun virtuele identiteit en handelen verkennen zij hun eigen ik ten opzichte van anderen. Iets wat in de echte wereld natuurlijk niet kan. Maar dit experimenteren ontrekt zich aan ieder toezicht. Het is heel goed mogelijk dat de jongeren met iets gaan experimenteren, waar ze nog niet aan toe zijn. Naïviteit ligt vaak ten grondslag aan gevaarlijk of sociaal onhandig gedrag (ontmoetingen met wildvreemden, dreig tweets, loverboys).

De tweede valkuil: 'alles wat je op internet doet is openbaar' lijkt in tegenspraak met de eerste valkuil. Zijn jongeren zich met een andere identiteit zich heel erg bewust dat ze hun eigen 'ik' niet willen prijsgeven, op andere momenten zijn ze dat niet en zetten ze hun hele privé leven op het net. Iedereen kan zien wat je doet en hoe je bereikbaar bent. Niet zelden heeft dit al geleid tot cyberpesten. Ook een foto of filmpje dat als grapje op het net geplaatst is kan grote impact hebben. De hele wereld kan dit zien en dat was misschien niet de bedoeling van dat neuspeuterende meisje of die tegen de boom plassende jongen, om nog maar onschuldige voorbeelden te noemen.

4 Mediawijsheid

Nu we de achterliggende ontwikkelingen wat beter weten komen we terug bij mediawijsheid. De definitie hiervan was een afgeleide van het engelse begrip 'literacy'. In 2005 gaf de Raad voor Cultuur een eerste definitie van mediawijsheid. Kennis en advies centrum 'Mijn kind online'³ heeft deze verder uitwerkt en geoperationaliseerd tot:

'Mediawijsheid is de kennis, houding en vaardigheden om op technisch bekwame, creatieve, analytische en reflectieve wijze met media om te gaan, voor het eigen welzijn en de persoonlijke ontwikkeling die nodig zijn om te kunnen functioneren als volwaardig democratisch burger van de 21e eeuw.' (Freek Zwanenburg en Justine Pardoën, 2010)

Achterliggende gedachte is dat mediawijsheid onderdeel is van burgerschapsvorming en een viertal aspecten in zich heeft met een groot aantal vaardigheden. (in bijlage 1 een uitgebreidere uitwerking hiervan). Die vier aspecten zijn: Techniek, Creativiteit, Analyse en Reflectie.

Techniek - beheersing van technische (computer)vaardigheden die nodig zijn om zelf mediaproducties te kunnen maken en te participeren in sociale netwerken.

Creativiteit - het inzetten van media voor artistieke expressie en creatieve omgang met media voor participatie en innovatie.

Analyse - kennis over de werking en invloed van media in het algemeen, en het zelf kunnen interpreteren van mediaboodschappen.

Reflectie - bewust zijn van de eigen houding en gedrag tegenover anderen via media, maar ook van de waarde van burgerrechten als privacy en vrijheid van meningsuiting, en morele kwesties als online respect en tolerantie. (Freek Zwanenburg en Justine Pardoën, 2010, blz 33-38)

De technologische en/of maatschappelijke ontwikkelingen uit hoofdstuk 3 zien we binnen deze vier aspecten weer terug.

De interactieve omgeving van jongeren (paragraaf 3.1) maakt dat je technisch ook vaardig moet zijn om mee te kunnen doen. Als je niet weet hoe iets werkt kun je er ook niet in participeren. De interactieve mogelijkheden kunnen de creatieve geest van leerlingen prikkelen. Leerlingen die bijvoorbeeld een website maken willen ook dat daar op gereageerd word en zullen het dus zo aantrekkelijk maken dat iemand wil reageren, dat er interactie ontstaat. Daarnaast zit er een vorm van reflectie in. Waar reageer ik op? Is dit wel een handige reactie? Moet ik hem prijzen of uitschelden? Morele dilemma's waar de leerlingen zich een mening over moeten vormen.

De in de paragraaf 3.2 gevonden zoek en verwerkingsvaardigheden van jongeren zijn over het algemeen niet best. Technisch valt er nog een hoop te halen. Hoe zoek je? Waar zoek je? Booleaanse operatoren of niet? Maar ook in de analyse. Wat heb ik nu gevonden? Wat is de waarde van wat ik heb gevonden? Waarom zoek ik daar?

³ De Stichting Mijn Kind Online is een kennis- en adviescentrum op het gebied van jeugd en (nieuwe) media, dat tot doel heeft meer inzicht te verschaffen in de mogelijkheden van nieuwe media, alsook het bevorderen van het verantwoord gebruik daarvan. De activiteiten van de Stichting zijn met name gericht op opvoeders en kinderen. De Stichting werkt samen met Ouders Online en een keur aan andere deskundige partners, zoals Digibewust/Digivaardig, het Expertisecentrum Mediawijsheid Mediawijzer.net, SchoolTV, het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Kennisnet en Kidsweek.

De alom aanwezige beelden uit paragraaf 3.3 zien we terug bij analyse, creativiteit en techniek. Hoe moeten we boodschappen lezen? Is dat wat ik zie ook wel wat ik zie? Hoe kan ik iets aantrekkelijker maken? Beelden zeggen soms meer dan woorden, maar hoe kan ik beelden bewerken? Hoe maak ik een filmpje? Vragen waar de doorsnee jongere niet zomaar een antwoord heeft.

Uit paragraaf 3.4 bleek dat we niet kunnen multitasken, maar wel heel veel dingen snel achter elkaar doen. Het lijkt alsof we dingen tegelijkertijd doen, maar met het gevaar op infobesitas. Concentratie en keuzes maken kunnen dit voorkomen, maar dat vergt wat van het reflectieve vermogen. Dit is nu (nog) geen onderdeel van mediawijsheid.

Tot slot zagen we in paragraaf 3.5 dat internet een sociaal platform is met al z'n leuke en minder leuke kanten. Binnen de analyse en reflectie van mediawijsheid komt het eigen gedrag en dat van anderen en de invloed op de omgeving en elkaar terug.

Om op al die vier vlakken competent te zijn moeten de leerlingen een hoop vaardigheden bezitten (zie bijlage 1). Een flink aantal (vooral de technische) bezit de 'net-generatie' al, maar zoals hiervoor beschreven valt er ook nog het één en ander te leren voor de gemiddelde jongere van 12 tot 15 jaar.

Omdat de jongeren zo verschillen, is het als school dus wel handig om te weten wat jouw leerlingen nu wel en niet kunnen. Als je dat weet, kan je daar je doelen op afstemmen en vervolgens een lesprogramma op ontwikkelen.

Wat geen onderdeel van de mediawijsheid volgens 'Mijn Kind Online' is en wat ik met klem zou willen toevoegen, is planning en focus. Zoals eerder beschreven bij 'multitasken, de mythe' ontbreekt het de jongeren hieraan. Binnen de mediawijsheid zoals nu gedefinieerd komen deze vaardigheden niet terug, terwijl die hier wel thuis horen.

Planning zorgt ervoor dat het kind prioriteiten stelt. Want waar 'staat' huiswerk maken als er zoveel afleiding is? Nog even gamen of chatten of een krabbel achterlaten en voor je het weet ben je weer een half uur verder. Door een duidelijke planning gaan die 'verloren' half uurtjes niet ten koste van huiswerk of andere schooltaken.

En ben je dan als kind zover dat je aan je huiswerk gaat, dan moet het niet afgeleid worden. Concentratie of focus op het werk dat gedaan moet worden zou mooi zijn. Afleiding door msn, ping, what's app, tweets of wat dan ook zijn funest. Elke keer als je uit je concentratie wordt gehaald kost het tien minuten om daar weer in te komen. Dat is voor velen niet de manier waarop ze nu functioneren. Alles moet tegelijk en ze switchen snel van de ene applicatie naar de andere, maar dit gaat ten koste van het echte leren. Daar zal een attitude verandering noodzakelijk zijn.

Deel 2

5 Nulmeting op het Herman Jordan Lyceum te Zeist

Op de school waar ik les geef is al een tijdje de discussie gaande welke vaardigheden leerlingen nou op school moeten leren en welk vak daar dan het voortouw in neemt. In het kader van die discussie is mediawijsheid slechts een onderdeel, maar wel een heel belangrijke. Vooral ook omdat de school hier nog weinig meedoet.

Zoals in deel 1 aangegeven verschillen leerlingen onderling nogal en omdat wij als Montessori school ook nog een andere leerlingenpopulatie aantrekken is een soort van nulmeting niet onverstandig. Wat doen onze leerlingen allemaal op het web? Wat kunnen ze nu allemaal wel en niet? Zijn ze zich bewust van de gevaren?

Om dat te onderzoeken neem ik de vier aspecten van mediawijsheid (techniek, creativiteit, analyse en reflectie) als uitgangspunt. De bijbehorende vaardigheden die eenvoudig te operationaliseren zijn heb ik gemeten, andere niet. Zie bijlage twee voor welke vaardigheden dit zijn en hoe ze gemeten worden. Dit is een bewuste keuze. In de opzet en duur van dit onderzoek is er eenvoudigweg niet voldoende tijd en heb ik niet voldoende kennis om moeilijk te operationaliseren vaardigheden te meten. Daardoor is het aspect Creativiteit buiten het onderzoek gehouden. Van de drie overige aspecten zijn deel aspecten gemeten waardoor we toch een aardige indruk krijgen van de leerlingenpopulatie en hun mediawijsheid.

Allereerst iets algemeen over de onderzochte groep. Het gaat om in totaal 51 leerlingen uit klas 1, 2 en 3. Het gaat om 17 meisjes en 34 jongens, 8 leerlingen van 12 jaar, 25 van 13, 8 van 14 en 10 van 15 jaar oud. Op 1 na hebben ze allen een eigen tv, 2 hebben geen eigen computer, 46 van 51 heeft een muziek of video speler, 44 een game console en tenslotte hebben 20 leerlingen een smartphone en 14 een tablet. De leerlingen zijn willekeurig gekozen.

5.1 Techniek

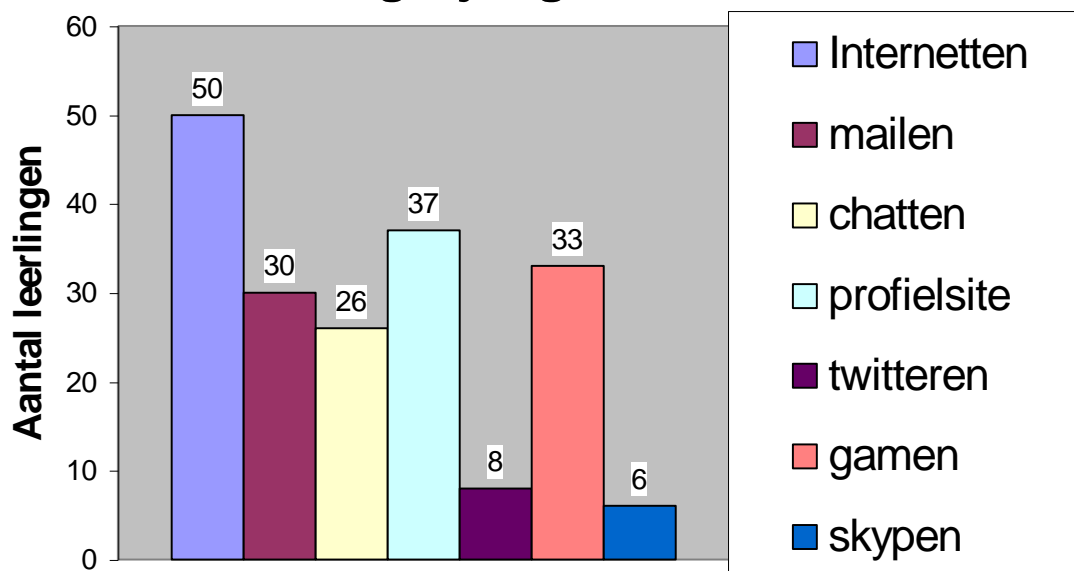
Om binnen onze technologische samenleving mee te kunnen doen moet je een groot aantal programma's beheersen. We verwachten min of meer van iedereen dat ze met een mobiele telefoon kunnen omgaan, teksten kunnen schrijven in een tekstverwerker en presentaties kunnen maken in een PowerPoint-achtig programma. Ik ben er van uitgegaan dat de meeste leerlingen van onze school dat ook wel kunnen, dan wel leren.

Maar waar de school geen aandacht aan besteed zijn programma's of websites, waarmee je web 2.0 toepassingen gebruikt. Is dit nodig dan? Als je kinderen mediawijs wilt maken wel. Profielsites, wiki's, blogs, youtube het zijn allemaal web 2.0 toepassingen. En leerlingen zijn hier mee bezig. Web 2.0 toepassingen draaien om interactie en delen. Maar voor je het weet deel je iets met de hele wereld. Wil je dit wel? Het kan geen kwaad om daar aandacht aan te besteden op school.

Ook aan het maken van video's of het bouwen van websites wordt geen aandacht besteed. Je kan er over discussiëren of dit nu wel noodzakelijke vaardigheden zijn, maar bij de mediawijsheid zoals de raad voor cultuur voor ogen staat, hoort dit wel. Er valt ook wel wat voor te zeggen. Net als dat er nu van je verwacht wordt dat je weet hoe een tekstverwerker werkt of hoe je een PowerPoint maakt, is het heel goed denkbaar dat over tien of twintig jaar van iedereen ook verwacht wordt dat je websites kunt bouwen of dat je filmpjes kunt produceren. Specifiek voor het maken van filmpjes is er nog een voordeel. Bij de analyse moeten jongeren ook beeld informatie en uitingen kunnen 'lezen' op achterliggende bedoelingen. Het zelf maken van een filmpje kan hen daar een goed inzicht in geven, omdat je de techniek kent en weet hoe makkelijk je met beeld kunt manipuleren.

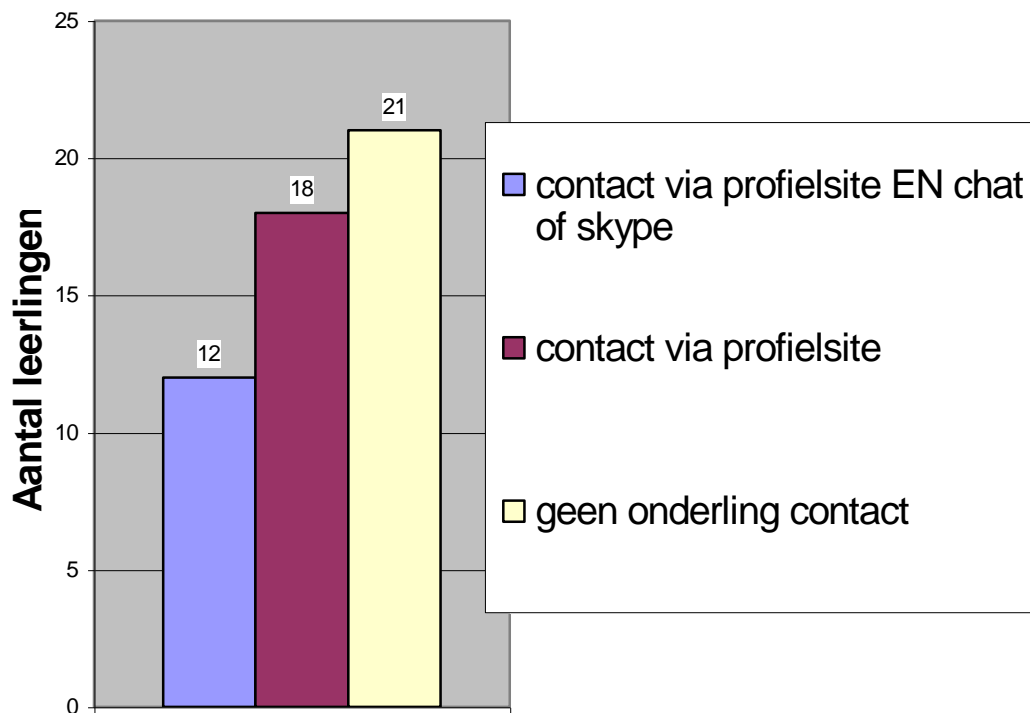
De vragen die hier over gingen (zie bijlage2) laten zien dat op één leerling na iedereen dagelijks wel iets op internet doet. Ruim 70% dagelijks op een profielsite komt, 60% mailt en gamed en de helft dagelijks chat. Minder populair zijn Twitter en skype, 'slechts' 16 procent twittert en 12 procent skype'd dagelijks. Je kunt dus wel stellen dat de leerlingen zware gebruikers zijn van internet en al zijn toepassingen.

Grafiek 1: Dagelijks gebruik media



Gebruiken ze deze mogelijkheden dan ook voor school? Ja, bijna 60 procent gebruikt de chat, een profielsite of skype om te overleggen over huiswerk of een project. Dit kan het uitwisselen van antwoorden zijn, maar ook welk huiswerk er überhaupt gemaakt moet worden of overleggen over de antwoorden. De leerlingen weten elkaar onderling in de virtuele wereld dus wel te vinden.

Grafiek 2: Onderling virtueel contact leerlingen over school



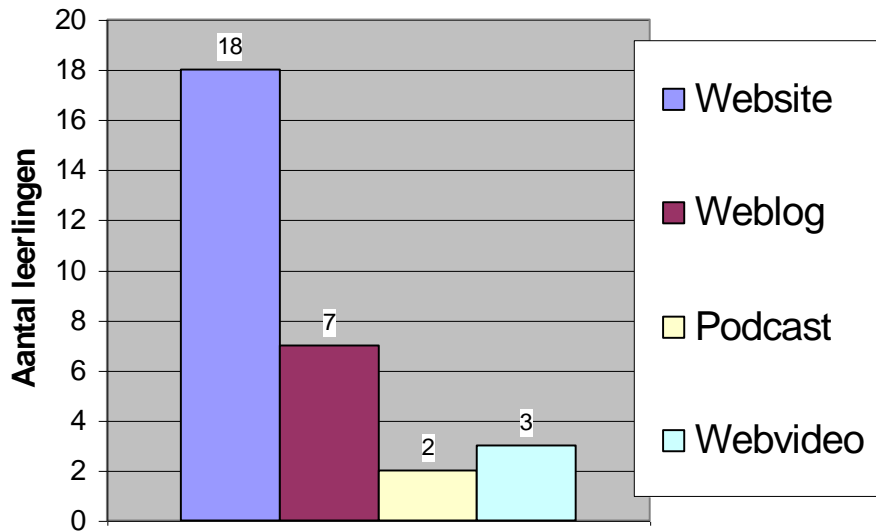
Ook niet zo moeilijk want 44 van 51 ondervraagde leerlingen hebben een hyves account. Een derde heeft naast hyves ook een facebook pagina en drie leerlingen hebben zelfs nog een derde profielpagina op MySpace.

Naast dat ze af en toe voor school contact houden via hun profiel pagina wordt deze vooral gebruikt om te kletsen, problemen te bespreken, vrienden te maken, ervaringen uit te wisselen en contact te onderhouden met virtuele vrienden. Er is niemand die een community heeft opgezet of beheerd.

Op twitter is het beeld niet anders. Dit medium wordt vooral gebruikt om elkaar te volgen en een enkele bekende persoonlijkheid. Een enkeling kijkt ook buiten de eigen cirkel en volgt nieuws of 'andere onderwerpen die interessant' zijn.

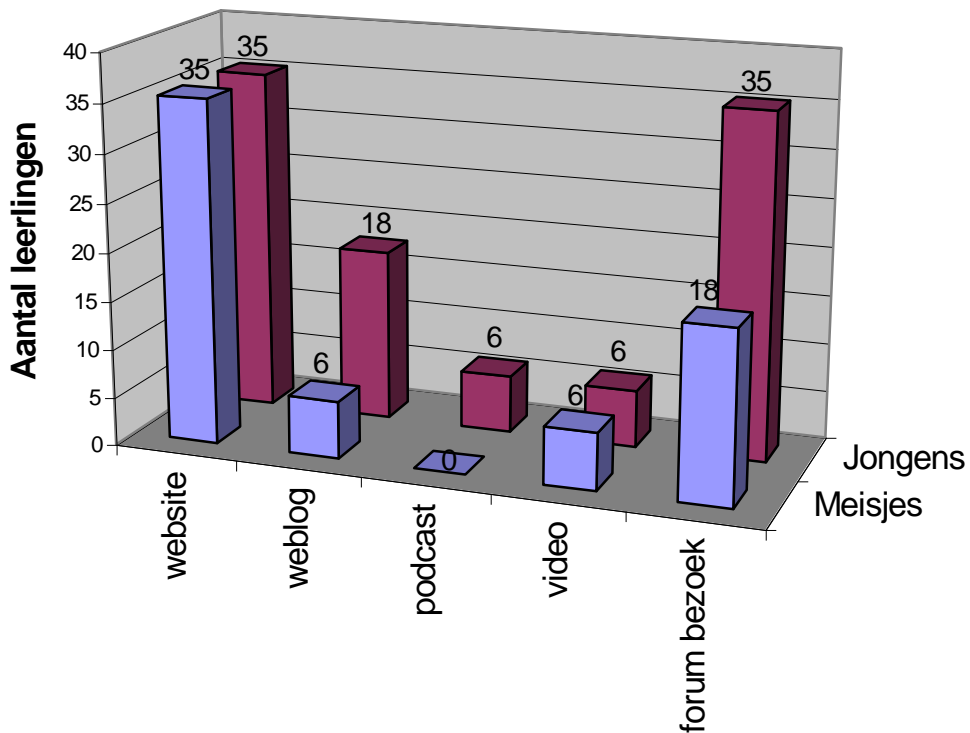
Op het vlak van mediaproductie in de vorm van een eigen website, weblog, podcast of webvideo, zijn de leerlingen best wel actief. 18 leerlingen houden een website bij en zeven een weblog. Een enkeling produceert een podcast of video. Het zijn wel steeds dezelfde mensen die actief zijn. Dus als je een website hebt, dan maak je er nog weblog naast bij en/of een podcast en/of produceer je webvideo's. Het totaal aantal actieve leerlingen komt daarmee op 19, dat is ruim één derde.

Mediaproductie door leerlingen



Je ziet dat deze leerlingen ook actiever zijn op internet en bijvoorbeeld een forum bezoeken. Hoewel de mediaproductie-makers een veel kleinere groep is, vormen ze toch tweederde van de leerlingen die een forum bezoekt. Als je eenmaal de eerste stap hebt gezet, volgen de andere schijnbaar ook. Leeftijd maakt daarbij niet uit, wel het geslacht. Jongens zijn in beide groepen licht oververtegenwoordigd.

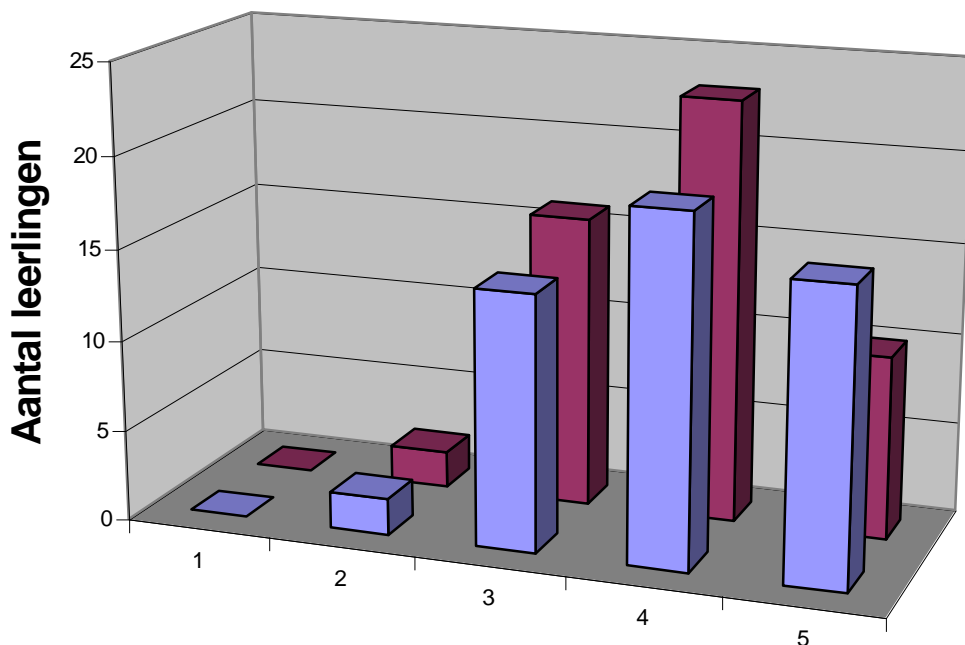
Grafiek 4: Percentage content producerende jongens en meisjes



Al met al zijn de geënquêteerde leerlingen zeer actief op internet, waarbij een groot deel ook zelf content maakt. Een groot deel scoort dus hoog op het onderdeel techniek van de mediawijsheid. Dit is een beeld dat we in de literatuur terug zien. Veel jongeren zijn 'knoppenbekwaam' en dat beeld zie je op het Herman Jordan terug.

Als de leerlingen wordt gevraagd zichzelf te beoordelen op een schaal van 1-5 of ze zichzelf handig achten met allerlei apparaten en toepassingen dan geven ze zichzelf een 4. En als ze gevraagd wordt of ze op de hoogte zijn van de ontwikkelingen op internet dan komt er weer bijna een 4 gemiddeld uit. Ook deze hoge zelfinschatting komt terug in de literatuur.

Grafiek 5: Hoe beoordelen leerlingen zichzelf op een schaal van 1-5?



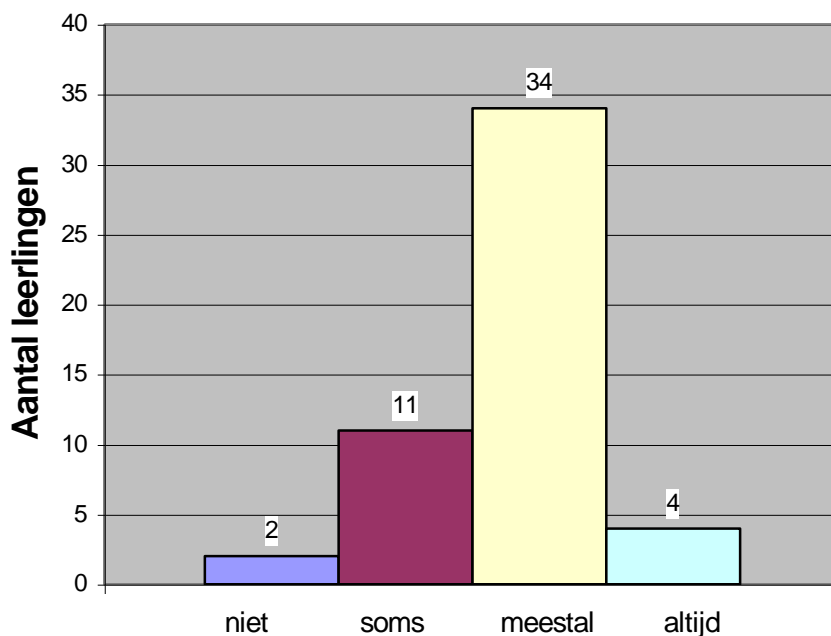
- Ben jij iemand die handig is met, bijvoorbeeld computers, smartphones, muziek- en videoplayers?
- Ben je op de hoogte van alle ontwikkelingen op internet?

5.2 Analyse

Onder analyse van de mediawijsheid vallen een groot aantal competenties die moeilijk te meten zijn. Het gaat namelijk over het leren 'lezen' van de media. Het begrijpen van de werking en de invloed van tv, internet, reclame, film, tweets, etc..

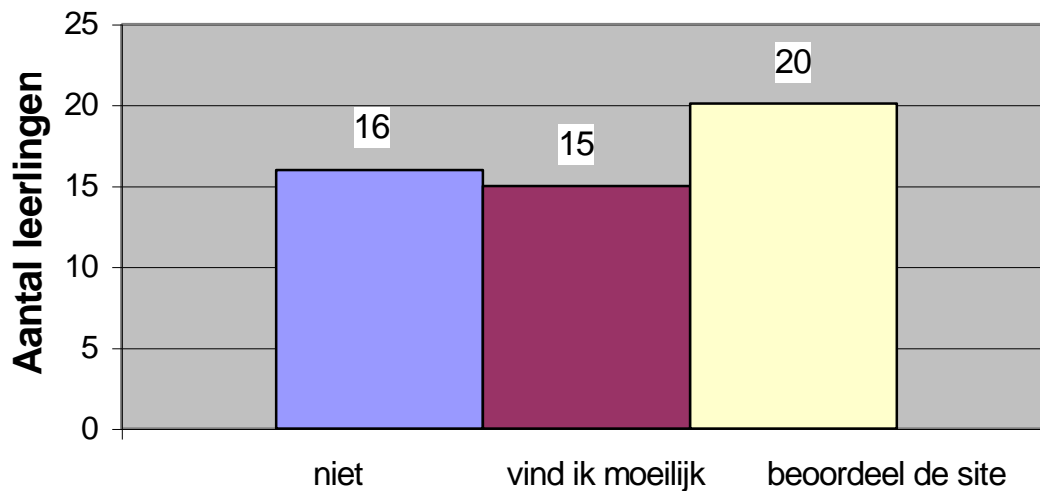
Onder analyse vallen ook het goed kunnen zoeken, beoordelen, selecteren en rangschikken van informatie die op één of andere manier tot hen komt. Uit ervaring en de literatuur weten we dat leerlingen dit nog moeten leren. Toch heb ik hier een paar vragen over gesteld om te zien of de leerlingen zich dat zelf ook beseffen en om te zien of het bij ons op school ook zo erg is als de literatuur ons doet vermoeden.

Grafiek 6: Als je iets opzoekt op internet voor school, vind je dan altijd wat je zoekt?



Op de vraag: *Als je iets opzoekt op internet voor school, vind je dan altijd wat je zoekt?* antwoordt drie kwart positief. De leerlingen zijn dus van mening dat ze wel vinden wat ze zoeken. Maar als je kijkt naar of ze de zoekresultaten ook beoordelen en hoe dan, dan komt er een heel ander beeld naar voren.

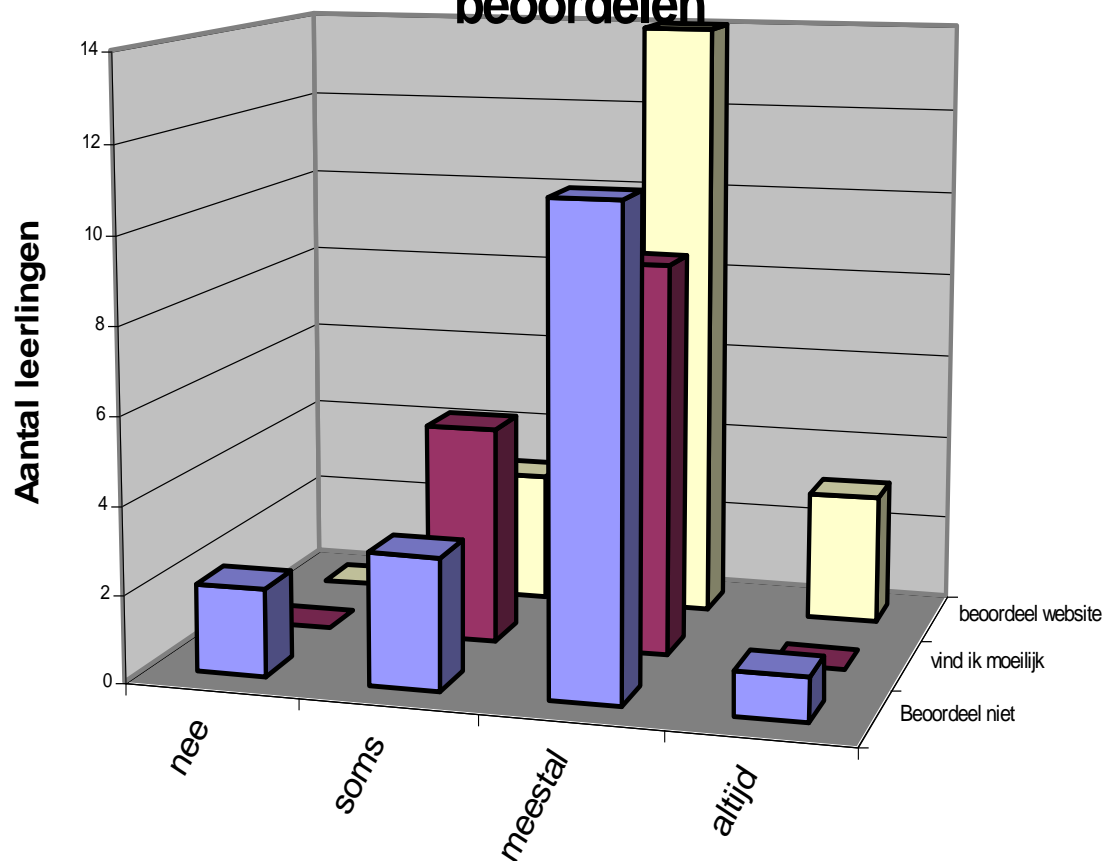
Grafiek 7: Hoe beoordelen leerlingen hun zoekresultaten?



30 procent beoordeelt de zoekresultaten helemaal niet en bijna nog eens 30 procent vindt het moeilijk om de resultaten te beoordelen. Opvallend is dat van de leerlingen die meestal of altijd vinden wat ze zoeken bijna een derde de resultaten niet beoordeelt. Hoe kan je dan weten of je hebt gevonden wat je zocht?

Als je dit verwerkt dan zie je dat van de 38 leerlingen die meestal of altijd iets vinden, 17 hun resultaten beoordelen door de site te checken en 9 het moeilijk vindt om de resultaten te beoordelen. Dat betekent dat meer dan de helft van de leerlingen die ondanks dat ze denken dat hun zoekresultaten goed zijn, niet of slecht weten hoe ze die resultaten moet beoordelen.

Grafiek 8: Mate van tevredenheid over eigen zoekresultaten versus hoe ze die beoordelen



In een lesomgeving waar zoeken, beoordelen, selecteren en rangschikken van informatie steeds belangrijker wordt, moeten leerlingen dat dan ook kunnen. De school vraagt steeds vaker dat leerlingen zelfstandig informatie zoeken voor huiswerk of projecten. Dan moet je als school er ook voor zorgen dat je leerlingen leert dit te doen. Daar schiet de school nu tekort in, zo lijkt het.

5.3 Reflectie

Het vierde en laatste aspect van mediawijsheid is reflectie. Door te kijken naar eigen gedrag ondervinden de leerlingen wat goed voelt en waarom. Ze moeten zich bewust worden wat er allemaal voor informatie op ze afkomt en hoe dat van invloed is op henzelf.

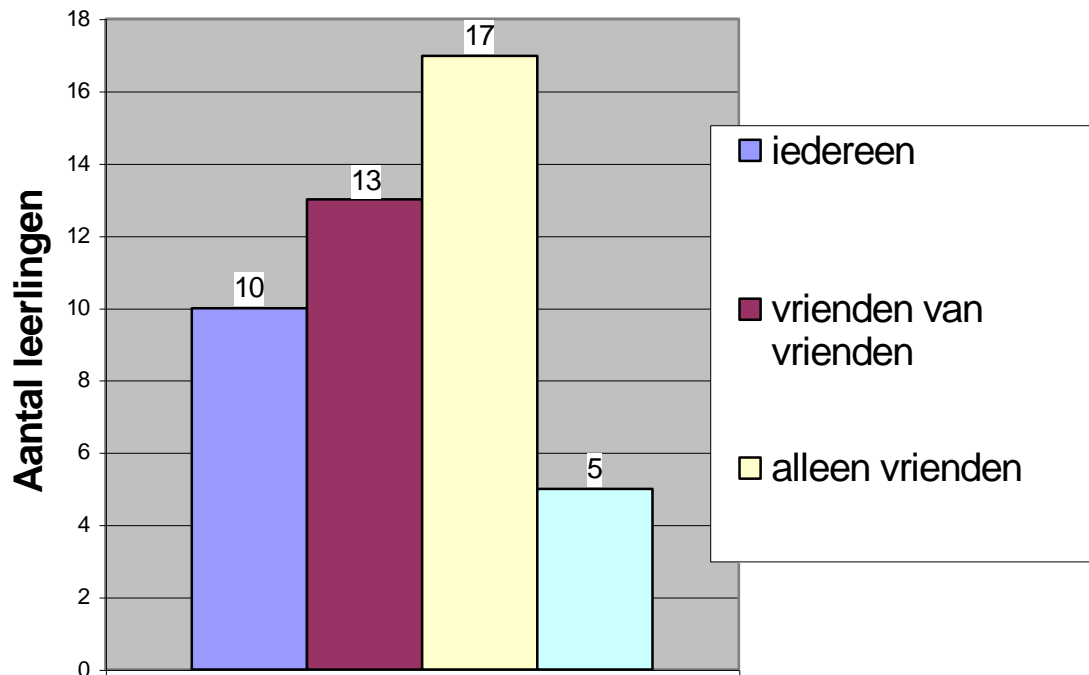
Reflectie op het eigen mediagebruik is gericht op het bepalen van de eigen grenzen, en het ontwikkelen van een eigen standpunt over zaken als:

- online respect
- vriendschap
- seksualiteit
- geweld
- privacy
- zelfpresentatie

Kan ik meten hoever de leerlingen hiermee zijn? Nee, wat ik wel in dit bestek kon meten was of ze zich bewust zijn van enkele gevaren van internet en inventariseren wie van deze gevaren al last heeft gehad. Dit kan een startpunt zijn bij het in de toekomst mediawijs maken van deze groep en als school is het goed te weten of leerlingen digitaal gepest worden en hoe wijdverspreid dit probleem is.

Ook heb ik gekeken hoe internet een rol speelt bij meningsvorming van de geënquêteerde leerlingen. Hiermee wil ik zien hoe groot de rol van internet hierop is of dat de leerlingen het net voornamelijk gebruiken voor sociale interactie.

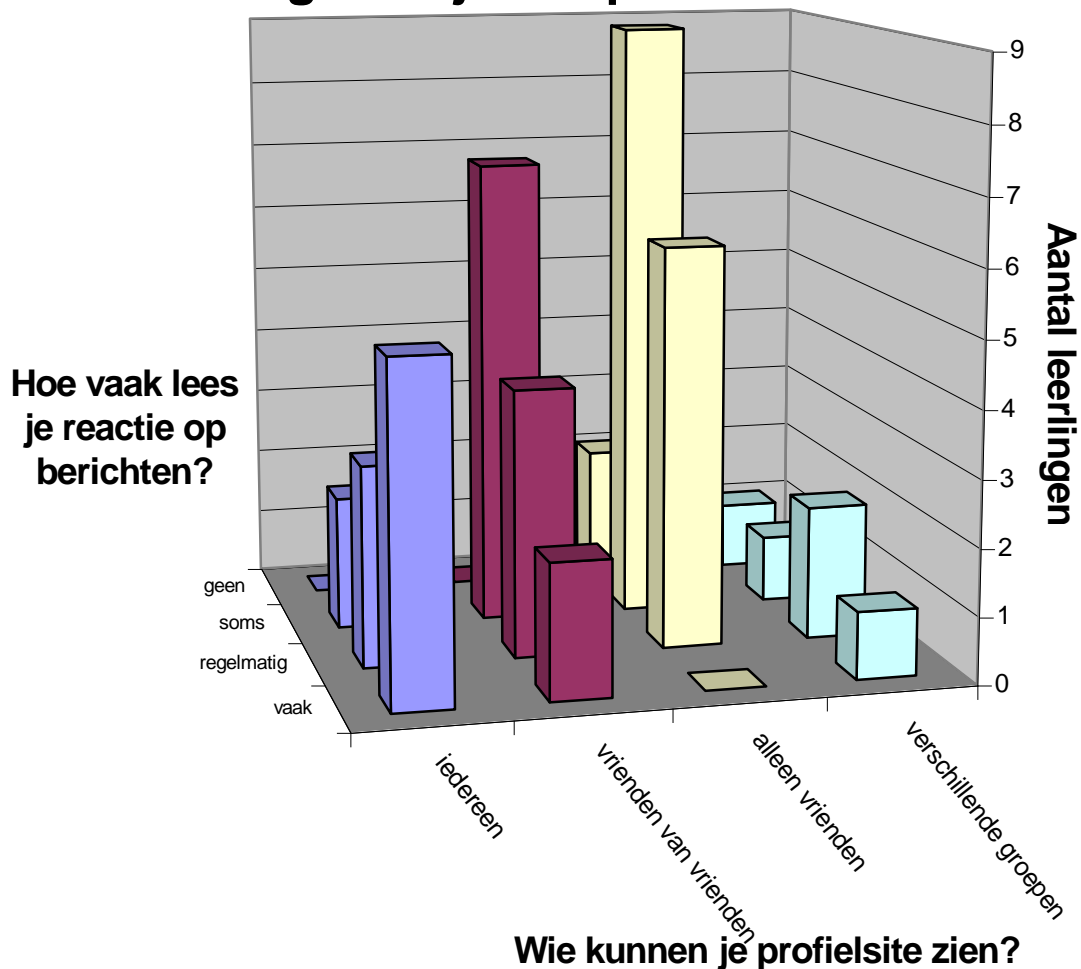
Grafiek 9: Wie kan profielpagina zien?



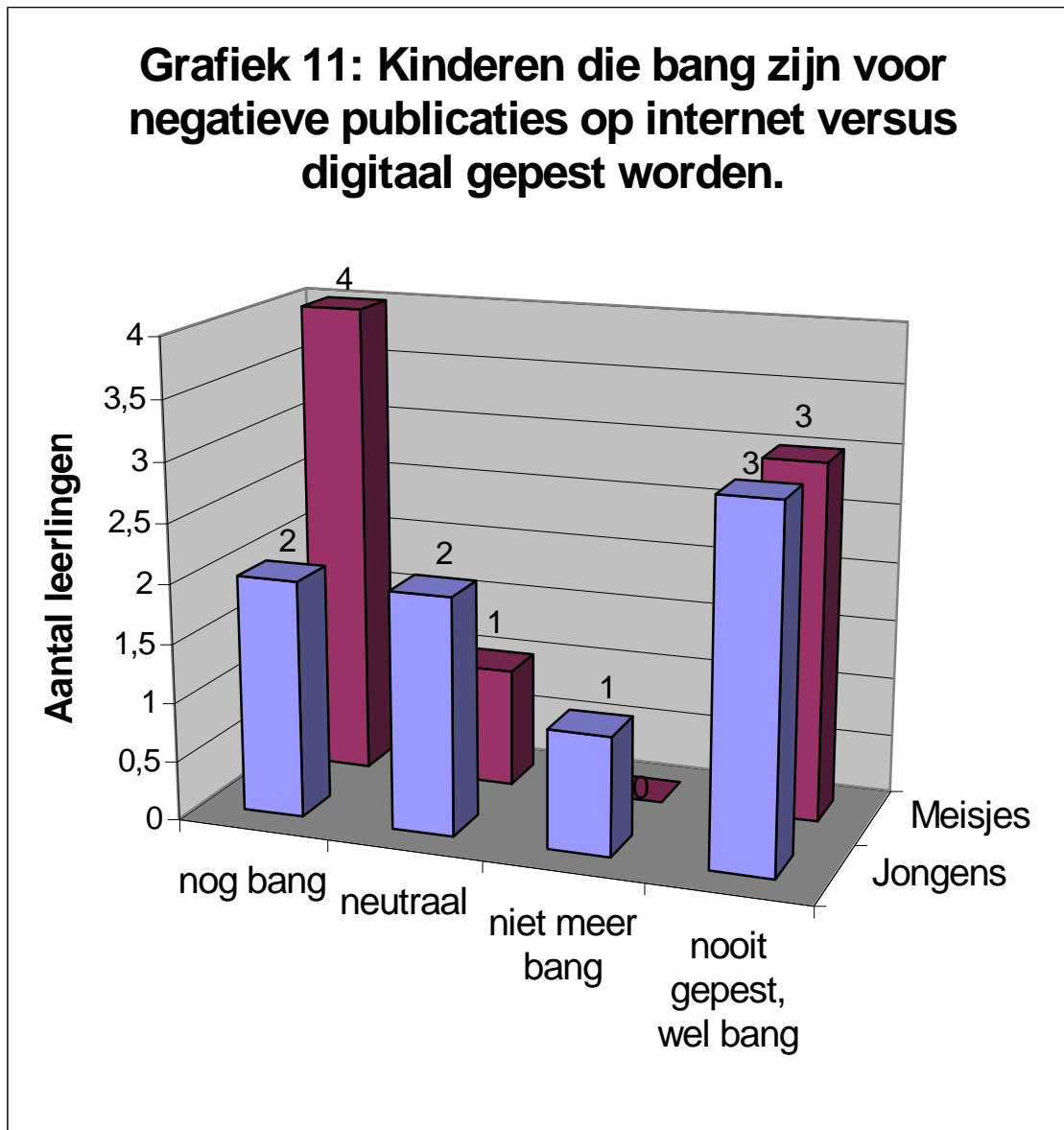
Bijna twee derde van de bevroagde leerlingen heeft op de persoonlijke profielpagina de zichtbaarheid aangepast. Door alle ophef in de media zijn de meeste zich er wel bewust van dat je je pagina niet voor iedereen openbaar moet houden. De helft leest regelmatig tot vaak reacties bij internet berichten en een vijfde plaats ook regelmatig reacties. De leerlingen die regelmatig lezen, zijn ook diegene die regelmatig plaatsen.

Het zou voor de hand liggen dat als ze zo actief bezig zijn, deze leerlingen zich bewust zouden zijn van de gevaren van internet. Helaas zien we dat niet terug als we de activiteit van leerlingen tegen de toegankelijkheid van hun eigen profielsite zetten. We zien eerder het tegenover gestelde. Hoe actiever, hoe toegankelijker hun profielpagina. Wellicht zijn leerlingen die veel reacties lezen op berichten van mening dat als zij die vrij kunnen lezen, anderen ook bij hun mogen kijken. Maar dit zijn speculaties, want het aantal respondenten is voor deze conclusies te laag.

Grafiek 10: Reacties plaatsen versus toegankelijkheid profielsite



Van de groep ondervraagden is het overgrote deel niet bang dat er foto's of verhalen op internet komen waar ze niet blij mee zijn. Echter 12 leerlingen, een kwart, is 'best wel' tot 'heel erg' bang. Van die twaalf zijn er 6 ook daadwerkelijk al een keer gepest via MSN, telefoon, profielsite of mail. Nog eens vier leerlingen zijn ook gepest, maar voelen zich nu niet meer onveilig. Je ziet dat al die leerlingen die bang zijn, hun profielsite alleen nog maar toegankelijk hebben gemaakt voor bekenden.



Op zich is dat een goede ontwikkeling. Maar tellen we alle gepeste kinderen op dan zijn dat er tien. Van de 51 ondervraagden is dat bijna 1/5 (!) deel. Als dat voor de hele school populatie zou gelden, betekent dit dat er ruim 130 kinderen op een of andere manier via internet of de eigen telefoon is of wordt gepest. Dat zou een enorm aantal zijn. Snel en gericht onderzoek hiernaar lijkt mij noodzakelijk.

Speelt internet al een rol bij de meningsvorming van onze leerlingen? We zagen al dat ze zeer actief zijn met een profielpagina's, onderling kletsen, fora bezoeken en reacties lezen en geven. Meestal zal het veel chit-chat zijn, maar waarschijnlijk zullen ze en passant ook hun mening vormen. Ik heb hier drie vragen over gesteld:

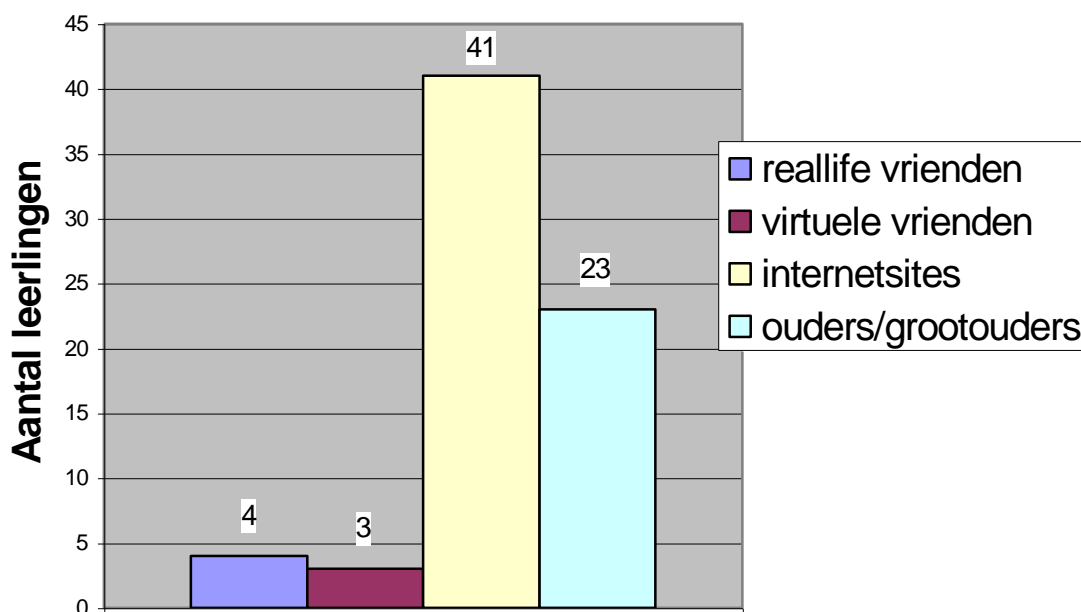
- Als je iets over de Tweede Wereldoorlog wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?
- Als je iets over de nieuwste mode of gadgets wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?
- Om te bepalen of je het met Wilders eens of oneens bent, wat is dan je belangrijkste informatiebron?

Bij de antwoorden konden ze kiezen uit echte en virtuele vrienden, informatie van internet of andere bronnen.

De eerste vraag is neutraal. Er zit voor hen niets aan vast. Het is een kennisvraag en geen mening. Bij de tweede vraag schuift dat iets op. Je moet informatie zoeken, maar het is wel belangrijk dat het bij jouw (smaak) past. De laatste vraag wordt de leerling gevraagd een mening te vormen over een controversieel onderwerp. Deze mening moet verdedigd kunnen worden en dus moet de mening afgewogen zijn.

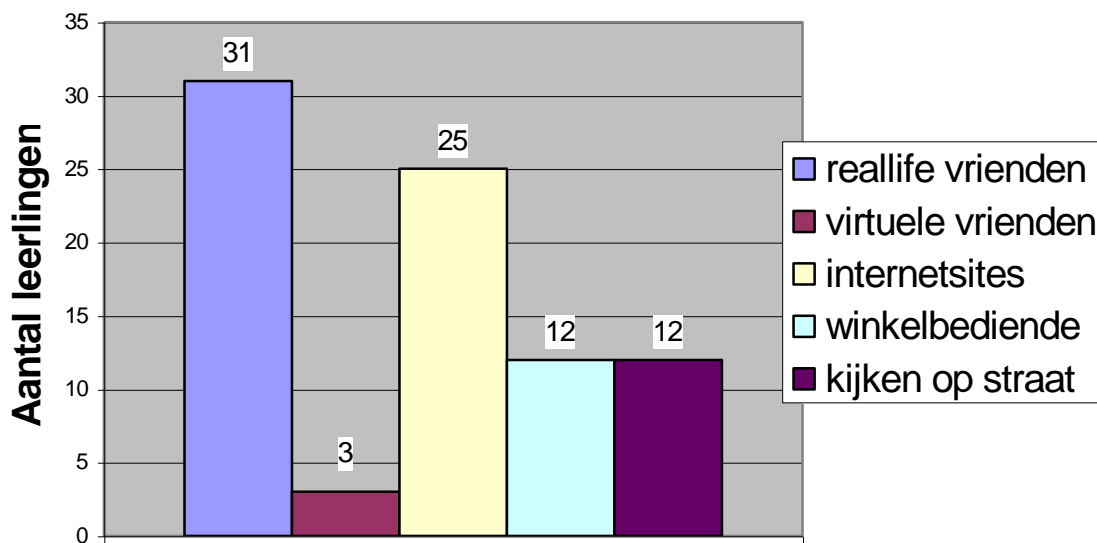
Bij de vraag over de tweede wereld oorlog zie je dat leerlingen massaal informatie op internet gaan zoeken, echte en virtuele vrienden zijn niet belangrijk. Ouders en grootouders (4 keer genoemd) zijn een belangrijke tweede bron.

Grafiek 12: Als je iets over de Tweede Wereldoorlog wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?



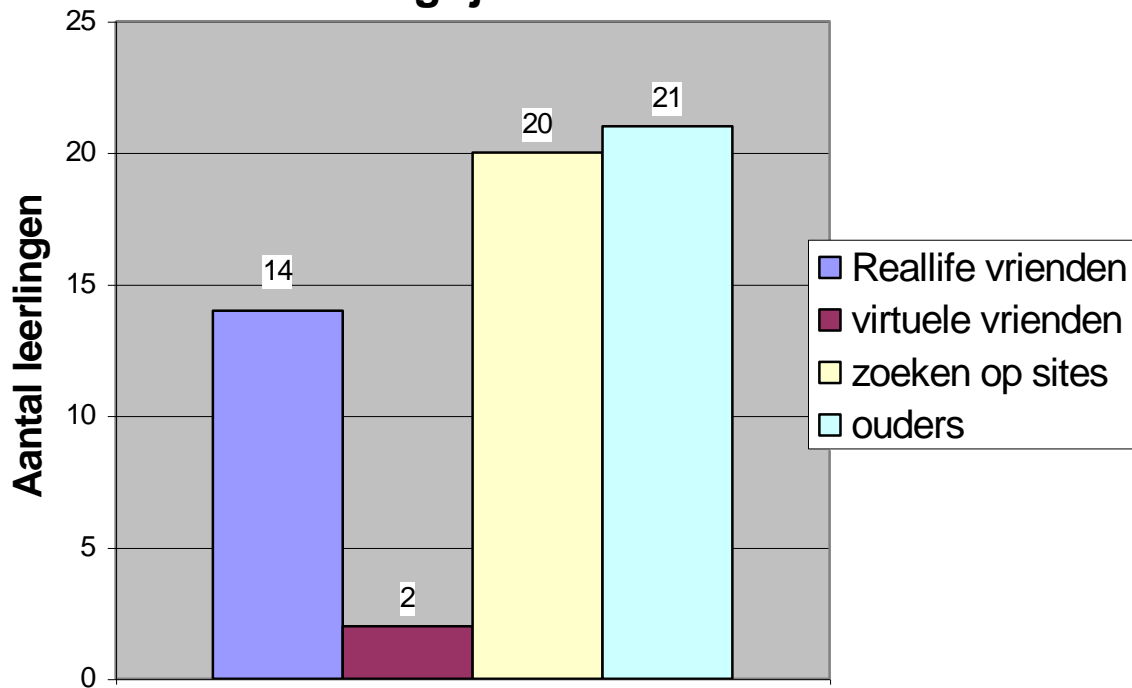
Voor mode en gadgets worden de reallife vrienden aan gesproken. Internet wordt geraadpleegd om informatie te zoeken en te vergelijken. Virtuele vrienden spelen eigenlijk geen rol. De echte vrienden kennen de leerling schijnbaar toch het beste en kunnen goed adviseren. Gewoon op straat kijken of de winkelbediende raadplegen scoort ook nog redelijk.

Grafiek 13: Als je iets over de nieuwste mode of gadgets wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?



Bij de vraag: 'wat je belangrijkste informatiebron is bij het bepalen of je het eens of oneens bent met Wilders', worden een stuk minder antwoorden gegeven dan bij de andere twee vragen (57 om 71 en 83). Een aantal keren werd er niets ingevuld en tien keer stond er in de vrije ruimte 'maak ik zelf wel uit'. Het ligt blijkbaar gevoelig. Mensen van vlees en bloed zijn belangrijk bij de meningsvorming hierin. Virtuele vrienden spelen geen rol van betekenis. Ook internet is een belangrijke informatie bron.

Grafiek 14: Om te bepalen of je het met Wilders eens of oneens bent, wat is dan je belangrijkste informatiebron?

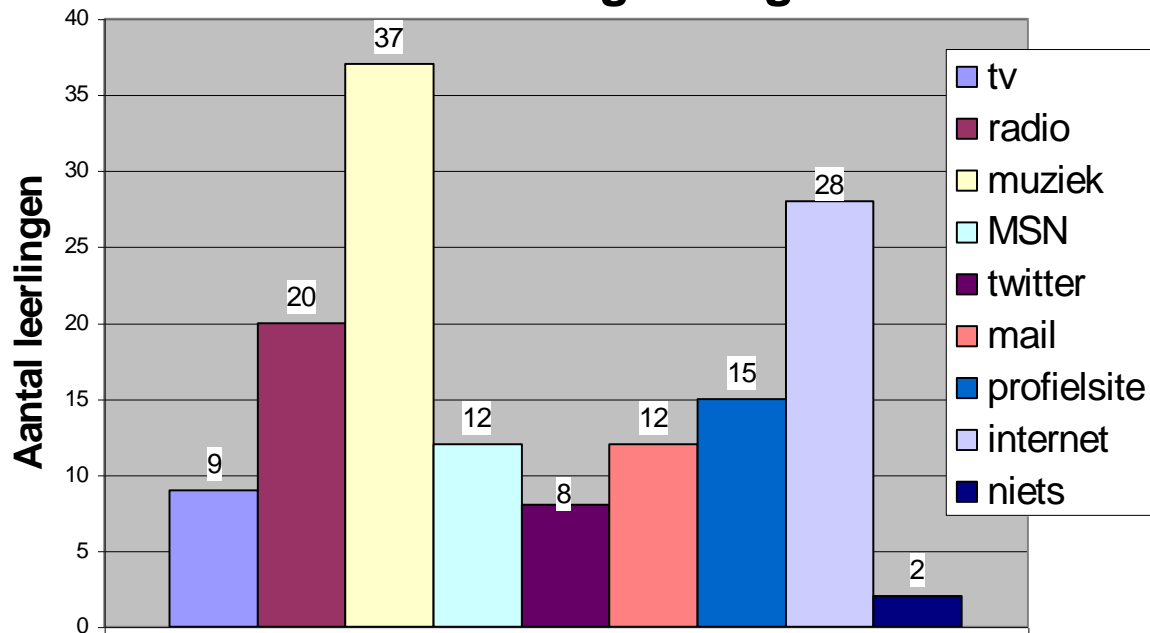


Je kunt wel stellen dat informatie van internet een rol speelt bij de meningsvorming van jongeren, maar de virtuele vrienden die daar ontmoet worden niet, of nog niet. Reallife vrienden en ouders zijn nog altijd een gewild klankbord. De informatie van internet moet wel goed op z'n meritis bekeken worden en we hebben gezien dat leerlingen daar nog niet zo bedreven in zijn. Gelukkig is er nog veel overleg met vrienden en familie. Als we uitgaan van 'the wisdom of the crowd' dan komt het toch wel goed met die meningsvorming.

5.4 Concentratie

Aan het einde van deel 1 concludeerde ik dat de concentratieboog van jongeren steeds verstoord wordt door allerlei communicatiemiddelen die om aandacht vragen. Dit komt het goed leren niet ten goede. In dit onderzoek wil ik daarom ook weten of leerlingen het ook vinden dat ze door die afleidingen gestoord worden. Ik vroeg hen allereerst wat er zoal aanstaat terwijl zij huiswerk aan het maken zijn.

Grafiek 15: Als je huiswerk maakt, wat staat er dan regelmatig aan?

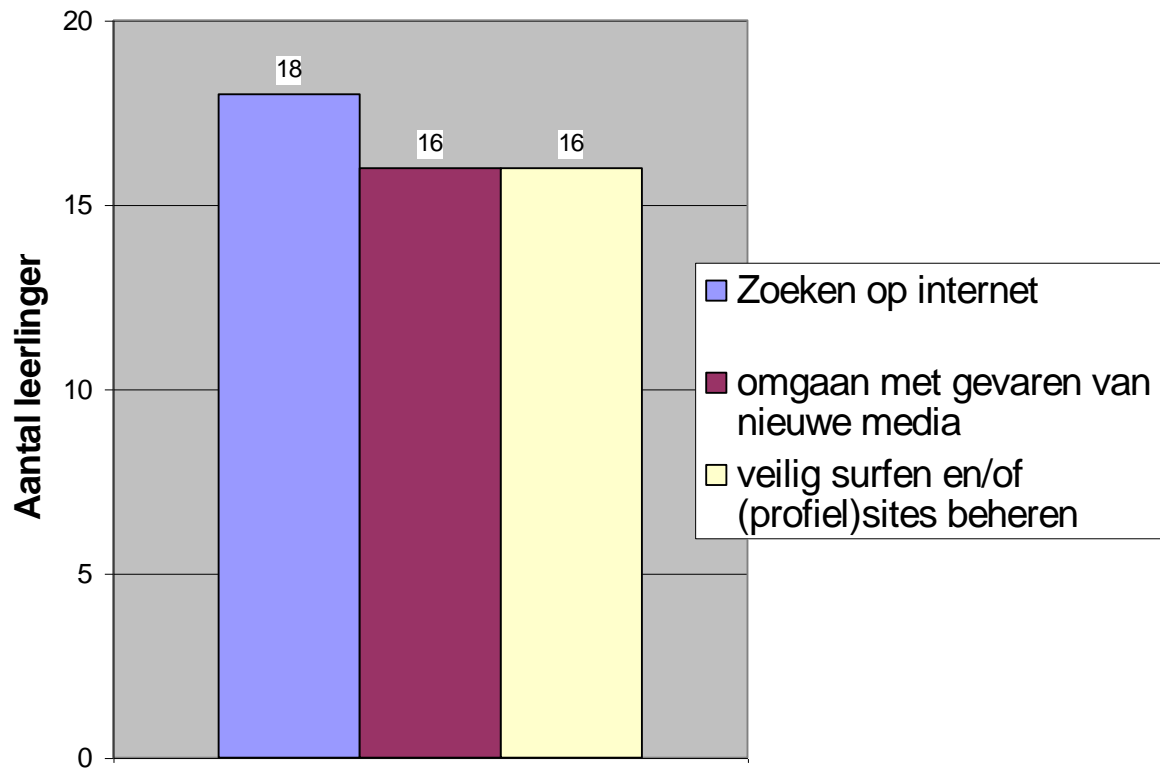


Op twee leerlingen na staat er regelmatig één of meerdere media aan terwijl ze huiswerk maken. Twee derde zegt dat ze dat niet stoort, een derde wel. Echter een minderheid van de leerlingen die zeggen gestoord te worden door piepende en bliebende communicatiemiddelen doet ze bewust uit. Het merendeel laat ze meestal of altijd aanstaan.

Toch willen de leerlingen graag rust tijdens het huiswerk maken. Bijna tachtig procent vindt het fijner om thuis het schoolwerk te maken i.p.v. in de klas omdat het daar zo onrustig is. Die rust thuis is overigens relatief, want zoals gezegd een groot deel stoort zich niet aan muziek of tv op de achtergrond of de piepjes ten teken dat er een nieuw bericht, tweet of sms is. Dat wil niet zeggen dat ze er niet door afgeleid worden en dat ze uit hun concentratie worden gehaald en dus uiteindelijk moeizamer leren. Dat bewustzijn zou er op termijn wel moeten komen.

Ten slotte geven de leerlingen aan dat ze best wel door school geholpen willen worden bij het mediawijs worden. Een handschoen die je als school natuurlijk niet kan laten liggen!

Grafiek 16: Wat zou je graag willen dat school je leerde?



Bijlage 1: Indeling van mediawijsheid door Mijn Kind Online uit 'Handboek mediawijsheid'

Techniek

Om je te kunnen uiten door middel van media heb je een aantal technische basisvaardigheden nodig. Veel van die vaardigheden hebben al een plek in het onderwijs, onder andere bij informatica. Denk daarbij aan cursussen tekstverwerken, diapresentaties geven en spreadsheets maken enz. Dat is de basis. Ook het leren gebruiken van zoekmachines is een onmisbare basisvaardigheid.

Daarnaast moet aandacht worden besteed aan de beheersing van web 2.0 vaardigheden: de interactieve *social media*. Dat houdt in dat kinderen les krijgen in zaken als: een weblog opzetten en beheren, reacties modereren, eenvoudige games maken, foto's bewerken, video's monteren en publiceren, online stemmen, video's plaatsen op YouTube, en artikelen toevoegen aan Wikipedia.

Relevante vakken:

- informatica voor de technische basisvaardigheden;
- CKV voor beeldbewerking, videomontage en presentaties maken;
- de overige vakken voor het oefenen en in praktijk brengen van de technische vaardigheden;
- handvaardigheid, techniek of computerles in het basisonderwijs.

Creativiteit

Creativiteit is een sleutelwoord in de gemedialiseerde wereld. Niet alleen is het essentieel bij zelfexpressie via media, maar zonder creativiteit is participatie niet mogelijk. Kinderen moeten dus kunnen spelen en experimenteren om tot frisse ideeën en initiatieven te komen. Mediawijsheid is geen burgerschapsvorming als er geen aandacht is voor zelfexpressie en dus voor creativiteit. Binnen een mediawijsheidprogramma op school kan media-creativiteit op twee manieren bevorderd worden. Ten eerste kunnen kinderen leren hoe ze hun mediaproducties (filmpjes, presentaties etc.) naar eigen believen artistiek kunnen vormgeven. Dat betekent dat ze door afkijken, goede begeleiding en simpel uitproberen, leren wat mooi is en vragen leren stellen als: hoe kan ik met mijn film, muziek, tekst of foto's andere mensen ontroeren, aan het lachen maken of laten nadenken? Denk bijvoorbeeld aan het maken van een foto-expositie met zelfportretten, of korte films gemaakt in groepjes (bijvoorbeeld om gedichten te visualiseren).

Ten tweede kunnen kinderen aangemoedigd worden om media te gaan inzetten voor participatie en het uiten van sociale betrokkenheid. Zo kunnen de leerlingen bijvoorbeeld campagnes bedenken om het schoolklimaat te verbeteren, of reportages maken en deze publiceren op de schoolwebsite. Nieuwe media als Hyves, YouTube en weblogs kunnen worden ingezet om stemmen te werven en mensen te bereiken.

Relevante vakken:

- CKV voor alle creatieve basisvaardigheden (spelen en experimenteren met media, esthetische vormgeving, etc.)
- de overige vakken voor het oefenen en in praktijk brengen van de technische vaardigheden.

Bijvoorbeeld:

- economie om via rollenspellen het functioneren van de entertainment-industrie te imiteren (tvindustrie, muziekindustrie, filmindustrie, games-industrie);
- maatschappijleer om filmpjes te maken over maatschappelijke thema's;
- taalonderwijs om parodieën van films of reclames te maken.
- alle creatieve vakken in het basisonderwijs.

Analyse

Analyse is het mediawijsheden-aspect dat het meest aansluit bij het vroegere media-educatie. Bij analyse gaat het om het leren 'lezen' van de media, ofwel het begrijpen van de werking en invloed ervan. Kritische media-analyse is vergelijkbaar met traditionele literatuur-analyse (close-reading, tekstinterpretatie, thema's en motieven herkennen, structuur ontleden, stijl-elementen aanwijzen, plaatsing in de literair-historische context, etc.)

Bijvoorbeeld:

- bij films, televisieprogramma's en reclame kan gekeken worden naar de technische aspecten, zoals het camerawerk en het script, maar ook naar ideologische en normatieve aspecten;
- bij tv-journaals kan gekeken worden naar de beelden die gepresenteerd worden, de keuze van de nieuwsitems, de eventuele verschillen tussen de nieuwsuitzendingen van de publieke en commerciële omroepen, en het journalistieke vak als geheel;
- het ontcijferen van reclamespots biedt veel inzicht in de werking van marketing.

Op gelijksoortige wijze kunnen allerlei media-uitingen worden geanalyseerd, met inbegrip van nieuwe media. Dat betekent dus niet alleen de analyse en interpretatie van kranten, films, en televisieprogramma's, maar ook van online informatie, (online) reclame, videoclips, discussies op webfora en gebruik van *social media* in het algemeen. Kritische media-analyse is belangrijker dan ooit. De oneindige hoeveelheid informatie op het internet is vaak moeilijk te interpreteren, omdat niet altijd duidelijk is wat de status, herkomst en betrouwbaarheid ervan is. Nieuwe technieken als *syndicating* (hergebruik van content) en *mashups* (het samenvoegen van materiaal uit verschillende bronnen) maken het nóg lastiger om bronnen te bepalen.

Dit is wat kritische media-analyse beoogt: leerlingen gevoelig maken voor de complexiteit van de materie en ze leren dat ze niet klakkeloos kunnen geloven of overnemen wat ze tegenkomen. Net zoals ze vroeger leerden dat het niet per definitie 'waar' is wat er in de krant staat. Voor leerlingen is het erg verleidelijk om werkstukken bij elkaar te knippen en te plakken. Het aanleren van informatievaardigheden, het kunnen beoordelen, selecteren en rangschikken van informatie die ze op het internet gevonden hebben, staat dan ook hoog op de agenda van veel scholen. Leerlingen moeten zich een aantal standaardvragen eigen maken, zoals:

- wie is de auteur van deze webtekst?
- hoe betrouwbaar is deze informatie?
- voor wie is de tekst bedoeld?

Behalve het verwerven van informatievaardigheden valt bij kritische analyse ook te denken aan

onderwerpen als:

- web 2.0 (informatie delen, *sharing economy*, *wisdom of the crowds*);
- auteursrecht en piraterij;
- nieuwe vormen van (viral) marketing via internet;

- burgerjournalistiek.

Let op: kritische analyse is iets anders dan 'kritiek hebben'. Het gaat er dus niet om dat leerlingen zouden moeten leren wat er allemaal niet deugt, maar dat ze leren om informatie te beoordelen (op betrouwbaarheid, consistentie, onderbouwing, etc.)

Om te voorkomen dat kritische analyse ontaardt in 'afgeven op de media' (door de docent of door de leerlingen zelf), is het aan te raden om te beginnen met een gesprek over het eigen mediagebruik van de leerlingen en de docent, waarbij elementen als plezier, spanning, emoties als verdriet en angst (naar aanleiding van films, games, etc.) geïnterpreteerd en benoemd worden, en waarbij de betrokkenen zich realiseren dat dat allemaal legitieme ervaringen zijn. Zelfs elementen als agressie en geweld kunnen dan opeens in een ander daglicht komen te staan. Waarom vinden pubers het bijvoorbeeld zo leuk om gewelddadige games te spelen? Waarom zijn horror-films voor veel mensen zo aantrekkelijk? Het kan zeer verhelderend en verrassend zijn om leerlingen daarover te laten vertellen.

Wanneer de lessen zich beperken tot het rationeel analyseren van media-uitingen, bestaat het risico dat leerlingen alleen maar politiek-correcte antwoorden gaan geven ("Ja meneer, geweld is slecht"), zonder dat er echt wordt nagedacht over de verschillende aspecten (fictief geweld tegenover daadwerkelijk geweld, fictief geweld als entertainment, fictief geweld als uitlaatklep, fictief geweld als aanklacht tegen daadwerkelijk geweld, etc.). Ook het omgekeerde kan zich trouwens voordoen, wat evenmin wenselijk is. Namelijk dat de leerlingen zich gaan verzetten tegen de docent, die ze ervan kunnen verdenken dat hij/zij hen als persoon niet accepteert, omdat hij/zij hun mediavoorkeuren niet accepteert.

Kortom: kritische media-analyse is meer dan het leren hanteren van analyse-gereedschappen.

Relevante vakken:

- de talen om de kinderen gevoelig te maken voor verschillende 'mediatalen', en om de gereedschappen voor literatuuranalyse toe te passen op (overige) media-uitingen;
- maatschappijleer, CKV geschiedenis en levensbeschouwing om de productie, geschiedenis, werking en invloed van de media te behandelen;
- filosofie om aandacht te besteden aan 'media en realiteit', de invloed van technologie op het mens zijn of de functie van geweld in verhalen door de eeuwen heen.
- alle vakken waarbij online informatie verzameld en verwerkt moet worden.

Reflectie

Bij reflectie gaat het om het kritisch afstand kunnen nemen van het eigen mediagebruik, om het eigen voelen, denken en handelen en de eigen identiteit te kunnen beschouwen en analyseren. "Wat doen de media met mij? Wat doe ik ermee? Hoe reageer ik erop?" Een school die leerlingen leert reflecteren op het eigen mediagedrag, leer kinderen nadenken over morele kwesties (goed en kwaad), maar ook over de gevolgen van het eigen gedrag voor anderen in het heden en in de toekomst. Hieronder wordt dit nader toegelicht.

Morele kwesties

Kinderen en jongeren die gebruik maken van internet, kunnen zich allerlei vragen over zichzelf stellen (of zouden zich die vragen móeten stellen als ze het niet uit zichzelf doen), zoals:

- welke persoonlijke informatie zet ik wel en niet online?
- wat moet ik doen als ik online bedrogen of gepest wordt?
- hoe verwerk ik de gewelddadige of seksuele beelden die ik gezien heb?
- doe ik iets fout als ik seks heb via een webcam?

Vanzelfsprekend is het in eerste instantie een taak voor de ouders, om hun kinderen te helpen bij het beantwoorden van dit soort vragen. Maar soms weten ouders niet hoe dat moet, of worden ze door hun kinderen niet serieus genomen als gesprekspartner.

Vandaar dat ook de school een taak heeft. Het voordeel van erover praten in de klas, is dat daar ook leeftijdsgenoten zijn die erover mee kunnen denken. In Deel 2 worden de middelen aangereikt om dat proces te ondersteunen, zoals groepsgesprekken, discussies, reflectieopdrachten en rollenspelen. Reflectie op het eigen mediagebruik is gericht op het bepalen van je eigen grenzen, en het ontwikkelen van een eigen standpunt over zaken als:

- online respect;
- vriendschap;
- seksualiteit;
- geweld;
- privacy;
- zelfpresentatie.

Pedagogisch gezien is het bij deze persoonlijke aspecten van mediawijsheid belangrijk om de kinderen zélf aan de slag te zetten met de morele dilemma's die zich online kunnen voordoen, en om ze zélf te laten nadenken over de betekenis van hun digitale identiteit.

Aangezien het hier gaat om vragen over goed en kwaad, is het bijna onmogelijk om als docent neutraal te blijven. Dat hoeft ook niet. Een docent mag best zijn of haar eigen waardeoordelen over bepaald online gedrag uiten, zolang er maar voldoende ruimte blijft voor de leerlingen om daarin een eigen positie te kiezen. Wat dat betreft is het net als met opvoeden in het algemeen: je kunt bepaald gedrag veroordelen, zolang je maar niet de persoon veroordeelt die dat gedrag vertoont.

Relevante vakken:

- in het primair onderwijs kan bij vakken als humanistisch- of godsdienstig vormingsonderwijs door een vakdocent aandacht besteed worden aan de morele aspecten van het internet, maar de groepsleerkracht kan het ook zelf doen;
- in het voortgezet onderwijs is het mentor-uur geschikt, evenals vakken als levensbeschouwing, maatschappijleer en informatica.

Eigen mediaproducties

Stel dat de leerlingen zelf iets gemaakt hebben (individueel of in subgroepjes), zoals een diapresentatie of een filmpje. Door te reflecteren op het product of het proces, kunnen ze dan hun ervaringen omzetten in nieuwe kennis over de totstandkoming en werking van de media, en beter leren om bewuste keuzes te maken.

Daarvoor is een zekere structuur nodig, die de docent kan bieden in de vorm van reflectieopdrachten:

- leerlingen kunnen napraten met de docent;
- of napraten met medeleerlingen;
- of hun ervaringen noteren.

Mogelijke onderwerpen voor reflectie zijn:

- het verhaal of de achterliggende gedachte;
- de samenwerking in het groepje;
- de technische keuzes;
- de morele keuzes;
- de reacties van het publiek.

Relevante vakken:

- alle vakken waarbij het zinvol is de leerlingen zelf mediaproducties te laten maken.

Bijlage 2: Verantwoording vragenlijst Montessorie Lyseum Herman Jordan Zeist

Techniek:

Niet gevraagd omdat bijna alle leerlingen dat al kunnen dan wel gaande weg leren of omdat het op school aangeleerd wordt of omdat het moeilijk meetbaar is.

- Tekstverwerken
- spreadsheets maken
- power-point achtige presentaties maken
- gebruik van zoekmachines
- eenvoudige games maken
- foto's bewerken

Wel gevraagd over:

- beheersing van web 2.0 vaardigheden (interactieve social media)
- video's monteren
- online publiceren (weblog, youtube, wikipedia)

Met de vragen:

- Wat doe je (bijna) dagelijks?
- Gebruik je de Chat je wel eens om huiswerk te maken?
- Gebruik je sociale media (Hyves, Facebook, Twitter) voor school?
- Gebruik je skype voor school?
- Heb je een eigen profielsite?
- Welke profielsite(s) heb jij?
- Wat doe je met je profielsite?
- Heb je een twitter account?
- Ben jij iemand die handig is met, bijvoorbeeld computers, smartphones, muziek- en videoplayers?
- Maak of hou je zelf bij een website, blog, webvideo's, etc.?
- Zit je regelmatig op een forum?
- Game je wel eens?

Creativiteit

- leerlingen leren hoe ze hun mediaproducties (filmpjes, presentaties etc.) naar eigen believen artistiek kunnen vormgeven. hoe kan ik met mijn film, muziek, tekst of foto's andere mensen ontroeren, aan het lachen maken of laten nadenken?
- leerlingen moeten leren media te gaan inzetten voor participatie en het uiten van sociale betrokkenheid. Zo kunnen de leerlingen bijvoorbeeld campagnes bedenken om het schoolklimaat te verbeteren, of reportages maken en deze publiceren op de schoolwebsite. Nieuwe media als Hyves, YouTube en weblogs kunnen worden ingezet om stemmen te werven en mensen te bereiken.

Hier heb ik niets over gevraagd omdat te moeilijk te meten is en ik weet dat er nu niet (van school uit) mee gebeurt. Er zullen vast enkele leerlingen zijn die zich wel creatief uiten op het net. Het voert mij te ver omdat op deze punten dan te beoordelen. Impliciet zit het al in de vraag bij techniek: Maak of hou je zelf bij een website, blog, webvideo's, etc. Daar is die gesteld omdat mensen die dat doen, ook de techniek beheersen. Tegelijkertijd is dat ook gelijk een indicatie over hoeveel leerlingen nu creatief actief zijn op het web.

Analyse

- leren 'lezen' van de media, ofwel het begrijpen van de werking en invloed ervan. Bijvoorbeeld:
 - bij films, televisieprogramma's en reclame kan gekeken worden naar de technische aspecten, zoals het camerawerk en het script, maar ook naar ideologische en normatieve aspecten;
 - bij tv-journaals kan gekeken worden naar de beelden die gepresenteerd worden, de keuze van de nieuwsitems, de eventuele verschillen tussen de nieuwsuitzendingen van de publieke en commerciële omroepen, en het journalistieke vak als geheel;
 - het ontcijferen van reclamespots biedt veel inzicht in de werking van marketing.
- Dat betekent dus niet alleen de analyse en interpretatie van kranten, films, en televisieprogramma's, maar ook van online informatie, (online) reclame, videoclips, discussies op webfora en gebruik van *social media* in het algemeen.

Deze vaardigheid is te ingewikkeld om eenvoudig te meten.

- Het aanleren van informatievaardigheden, het kunnen beoordelen, selecteren en rangschikken van informatie die ze op het internet gevonden hebben. De oneindige hoeveelheid informatie op het internet is vaak moeilijk te interpreteren, omdat niet altijd duidelijk is wat de status, herkomst en betrouwbaarheid ervan is. Nieuwe technieken als *syndicating* (hergebruik van content) en *mashups* (het samenvoegen van materiaal uit verschillende bronnen) maken het nóg lastiger om bronnen te bepalen. Behalve het verwerven van informatievaardigheden valt bij kritische analyse ook te denken aan onderwerpen als:
 - web 2.0 (informatie delen, *sharing economy*, *wisdom of the crowds*);
 - auteursrecht en piraterij;
 - nieuwe vormen van (viral) marketing via internet;
 - burgerjournalistiek.

Uit ervaring en de literatuur weten we dat leerlingen dit nog moeten leren. Toch heb ik hier een paar vragen over gesteld om te zien of de leerlingen zich dat zelf ook beseffen en om te zien of het bij ons op school ook zo erg is als de literatuur ons doet vermoeden.

- Als je iets opzoekt op internet voor school, vind je dan altijd wat je zoekt?
- Hoe beoordeel je de zoekresultaten?
- Wist je dat de bovenste resultaten bij Google gesponsord zijn?
- Wist je dat een deel van het web op de I-phone afgeschermd is door Apple?

Reflectie

Reflectie op het eigen mediagebruik is gericht op het bepalen van je eigen grenzen, en het ontwikkelen van een eigen standpunt over zaken als:

- online respect;
- vriendschap;
- seksualiteit;
- geweld;
- privacy;
- zelfpresentatie.

Gevraagd:

- Wie kan je profiel zien?
- Als je iets over de nieuwste mode of gadgets wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?
- Als je iets over de Tweede Wereldoorlog wilt weten, wat is dan je belangrijkste informatiebron?
- Om te bepalen of je het met Wilders eens of oneens bent, wat is dan je belangrijkste informatiebron?
- Lees je wel eens reacties op berichten op internet?
- Zet je zelf reacties op berichten op internet?
- Ben je op de hoogte van alle ontwikkelingen op internet?
- Ben je bang dat er bijvoorbeeld foto's of verhalen op internet komen over jou waar je niet blij mee bent?
- Ben je wel eens gepest via je telefoon, mail, etc.?

Concentratie

In de literatuur kwam ook naar voren dat leerlingen een korte spanningsboog krijgen door al dat media gebruik:

- Als je huiswerk maakt. Wat staat er dan regelmatig aan?
- wordt je hierdoor afgeleid?
- zet je radio, tv, internet, etc ook wel eens bewust uit?

En hier was ik zelf benieuwd naar:

Kan je snel typen?

Kan je blind typen?

Zou je je smartphone ook voor opdrachten van school willen gebruiken?

Heb je wel eens een digitale versie van je werkboek gebruikt?

Literatuur:

- Beemt Antoine van den, Akkerman Sanne en Simons Robert-Jan, *Jongeren en interactieve media*, 2009, Zoetermeer. Zeventiende publicatie in de kennisnet onderzoeksreeks, "ict in het onderwijs". Verkregen op 27 maart 2011:
http://onderzoek.kennisnet.nl/attachments/2060477/JongerenEnInteractieveMedia_def_opweb.pdf
- Boschma, Jeroen & Inez Groen. (2007). *Generatie Einstein*. Amsterdam: Pearson Education.
- van Dijk, *De digitale kloof wordt dieper*, Jan. (2003). Den Haag: SQM en Infodrome@united knowledge. (in van Vliet)
- Engelen, Marcel van (2010, 20 augustus), *Internet maakt ons dommer*, Dagblad De Pers Kennis. Verkregen op 30 april 2011:
<http://www.depers.nl/economie/503188/Internet-maakt-ons-dommer.html>
- Leu, D., Kinzer, C., Coiro, J., Cammack, D. (2004). *Toward a theory of new literacies emerging from the internet and other information and communication technologies*. In: R.B. Ruddell & N. Unrau (Eds.). *Theoretical models and processes of reading*. Fifth edition. Newark, DE: International Reading Association.
- Noordflank, *Generatie Einstein: hoe vang en houd je ze?*. Verkregen op 26 maart 2011:
<http://www.noordflank.nl/48827/Generatie-Einstein.html>
- Oblinger, D. en Oblinger, J. (2005C) 'Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net-generation', in Oblinger, D en Oblinger, J. (ed), *Educating the Net-Generation: Educause*. (in van Vliet)
- Opijnen, Tim van (2011, 24 april), *Multitasken? liever niet*, Volkskrant Opnie. Verkregen op 29 april 2011: http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/5663/Multitasken%3F_Liever_niet
- Raad voor Cultuur (2005) *Mediawijsheid. De ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag, Verkregen op 7 mei 2011:
<http://old.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf>
- Sark, Yvonne van, *'Information Overload' als gevolg van digitale ontwikkelingen vooral probleem bij jongeren*, 2011. Verkregen op 29 april 2011: <http://www.not-online.nl/nl-NL/Pers/Persberichten%202011/Infobesitas.aspx>
- Schraevesande, *De betrouwbaarheid van internetbronnen*, 2009, Zoetermeer. Twaalfde publicatie in de Kennisnet Onderzoeksreeks, "ict in het onderwijs". Verkregen op 27 maart 2011: Http://onderzoek.kennisnet.nl/attachments/1908812/Nr_12._De_betrouwbaarheid_van_internetbronnen.pdf
- Tapscott, D. *Growing up Digital: The Rise of the Net-Generation*, 1998, New York: McGraw-Hill. P 8.

Veen, Wim en Jacobs, Frans, *Leren van jongeren*, 2005, stichting Surf, Utrecht. Verkregen op 21 maart 2011:
[Http://www.surffoundation.nl/SFDocuments/Leren_van_jongeren.pdf](http://www.surffoundation.nl/SFDocuments/Leren_van_jongeren.pdf)

van Vliet, *De Netgeneratie bestaat niet*, 2009, Hogeschool Utrecht. Verkregen op 26 maart 2011: http://crossmedialab.nl/files/De_Netgeneratie_bestaat_niet.pdf

Volkskrant (2006, 6 juni), *Generatie Einstein: slim, sterk, sociaal*. Verkregen op 26 maart 2011: <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/774777/2006/06/22/Generatie-Einstein-slim-sterk-sociaal.dhtml>

Youngmarketing, *Boek generatie Einstein 3.0 in 10 oneliners*, 2010,. Verkregen op 26 maart 2011: <http://youngmarketing.web-log.nl/youngmarketing/2010/12/boek-generatie-einstein-30-in-10-oneliners.html>

Zwanenburg Freek en Pardoen Justine, *Handboek Mediawijsheid op School*, 2010, Stichting mijn kind online. Verkregen 19 mei 2011:
<http://mijnkindonline.nl/1632/handboek-mediawijsheid.htm>