



**ProBiblio**

**voor bibliotheken**

# **Mediagebruik en -wijsheid**

**onder jeugd  
en jongeren**

**WWW.PROBIBLIO.NL**



# **Mediagebruik en - wijsheid onder jeugd en jongeren**

---

Mediagebruik en –wijsheid onder jeugd en jongeren

**26 oktober 2011**

**Uitgave:** Publiek  
**Versie:** 1.0  
**Datum:** 26 oktober 2011

**Opsteller:** Judith Tegels  
**Projectleider:** Babette Egges-Huijsmans  
**Opdrachtgever:** Yfke Jepma

## Inhoud

1	Achtergrond.....	4
1.1	Aanleiding en korte omschrijving .....	4
1.2	Leeftijdsindeling .....	4
1.3	Wat is mediawijsheid? .....	4
2	Jeugd en jongeren en internet.....	5
2.1	Algemeen.....	5
2.2	Internet algemeen .....	5
2.3	Mobiel .....	7
2.4	Gamen .....	9
2.5	Sociale netwerken .....	9
2.6	Reclame.....	11
2.7	In het onderwijs .....	11
3	Ouders, kinderen en internet .....	12
3.1	Hoe leren wij onze kinderen met internet omgaan? .....	12
4	Conclusies en aanbevelingen.....	14
4.1	Conclusies.....	14
4.2	Doelgroepen.....	14
4.3	Ondersteuning vanuit de bibliotheek .....	15
5	Bronnen .....	16
6	Naslagwerken .....	17
6.1	Internet.....	17
6.2	Boeken.....	18

# 1 Achtergrond

## 1.1 Aanleiding en korte omschrijving

Mediawijsheid en met name die van de jeugd is een belangrijk onderwerp in het huidige klimaat. Bibliotheken kunnen ondersteuning bieden aan hen die moeite hebben wegwijs te worden in het medialandschap. Gezien de vele mogelijkheden is de vraag echter waarop men moet focussen. Aan welke ondersteuning is behoefte bij jeugd, ouders en leerkrachten?

Dit rapport is een samenvatting van verschillende onderzoeken die duidelijk maken op welke manier de media een rol speelt in het leven van onze kinderen en hoe “wijs” zij daarmee om weten te gaan. Daarnaast wordt bekeken welke rol bibliotheken kunnen spelen in het mediawijs maken van onze jeugd.

## 1.2 Leeftijdsindeling

Er wordt gesproken over kinderen, tieners, jongeren en jongvolwassenen. De leeftijdsgrenzen zijn niet strak afgebakend. De ene tiener is nu eenmaal volwassener dan de andere. Tevens gebruiken de diverse onderzoekers verschillende leeftijdscategorieën. Bij het beschrijven van de uitkomst van een onderzoek, is de leeftijd uit het onderzoek aangehouden.

## 1.3 Wat is mediawijsheid?

*Mediawijsheid* is alle kennis en vaardigheden en de mentaliteit die mensen nodig hebben om bewust, kritisch en actief mee te doen in de wereld van vandaag en morgen, waarin media een bepalende hoofdrol spelen.<sup>1</sup>

## 2 Jeugd en jongeren en internet

### 2.1 Algemeen

Nederlandse kinderen tussen 6 en 12 jaar zijn Europees koploper in het gebruik van nieuwe media<sup>2</sup>. Kinderen en jongeren zijn erg sociaal, zij gebruiken internet voor de contacten en het delen van informatie. Daarbij kunnen zij naïef zijn en begrijpen ze lang niet alles van het internet. Desondanks zijn ze niet bang en klikken vol overgave overal op. Uit onderzoek blijkt wel dat het zoeken hen niet erg goed af gaat, en ze moeite hebben de juiste informatie te filteren uit het enorme aanbod<sup>3</sup>.

Jongeren (12-18 jaar) hebben haast en doen alles snel, ze voelen zich al bijna volwassen maar zijn toch ook nog wel kind. Internet is heel spannend en interessant, maar eigenlijk ook best ingewikkeld<sup>3</sup>.

### 2.2 Internet algemeen

Peuters: 2-3 jaar<sup>4</sup>

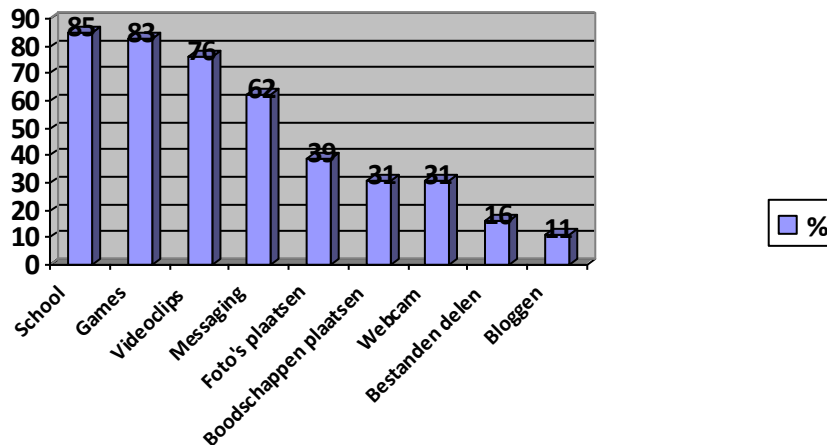
- Twee- en driejarige peuters die actief zijn op internet, zitten respectievelijk ruim één en twee uur per week achter de computer

Kinderen: 6-12 jaar<sup>2</sup>

- Anno 2010 zijn vrijwel alle Nederlandse kinderen en jongeren online
- Kinderen beginnen steeds jonger met internet (gemiddeld vanaf hun zevende). Bovendien internetten ze steeds intensiever
- Waar kinderen tussen 6 en 12 jaar nieuwe media eerst gebruikten om mee te spelen, zijn die nieuwe media nu vooral een middel om contact met elkaar te hebben, net zoals bij tieners. Kinderen willen communiceren en kunnen dat met nieuwe media heel goed
  - Er is geen sprake meer van eenrichtingsverkeer, kinderen worden zelf producent van informatie en kunnen clips, games en profielen maken
  - Er is communicatie mogelijk. Tussen maker en gebruikers, maar ook tussen gebruikers onderling, bijvoorbeeld op sociale netwerksites
  - Communiceren en spelen lopen door elkaar heen. De succesvolste games zijn spellen waarbij onderling gecommuniceerd kan worden: RuneScape, Neopets, goSupermodel, Habbo Hotel
- Veel kinderen voelen zich aangetrokken tot aanbod dat eigenlijk niet voor hen is bedoeld. Dat geldt vooral voor sociale netwerksites, zoals Hyves, dat onder kinderen populairder is dan MSN. De afgelopen 12 maanden gebruikte 20% van 6- tot 9-jarigen MSN en 39% Hyves. Van de 10- en 11-jarigen gebruikte 54% MSN en 69% Hyves

Tieners: 9-16 jaar<sup>5</sup>

- 93% gaat wekelijks online, 60% dagelijks
- 49% gebruikt de computer op de eigen slaapkamer (hierdoor is er weinig controle)
- Gebruik:



- Het zijn vooral de jongere kinderen (9-11) die online vaardigheden en vertrouwen missen. 11-16 Jarigen geven aan te weten:
  - hoe boodschappen te blokkeren van diegenen waarmee ze geen contact (meer) wensen (64%)
  - hoe ze online veiligheidsadvies vinden (64%)
  - hoe ze privacy instellingen wijzigen (56%)
  - hoe ze websites vergelijken om hun kwaliteit te beoordelen (56%)
  - hoe ze spam blokkeren (51%)
- Oudere kinderen staan wel vaker bloot aan risico's dan jongere kinderen

Jongeren: 12-18 jaar<sup>3</sup>

- Doel internetgebruik
  1. Chatten met bekenden (Hyves, MSN, Facebook)
  2. Huiswerk maken (informatie zoeken, examens en overhoringen)
  3. Rooster en roosterwijzigingen bekijken
  4. Spelletjes spelen
    - Bij voorkeur spellen die online samen gespeeld kunnen worden
    - Geen gratis spellen maar spellen waarvoor een account en/of fee nodig is
  5. Downloaden:
    1. Muziek
    2. Films
    3. Spelletjes
    4. Programma's
  6. Afspreken met bekenden
- Duur vs. gebruik van internet
  - De grootste groep zit 1-2 uur per dag voor plezier op internet
  - De grootste groep zit niet elke dag voor huiswerk op internet

- Wat vinden jongeren moeilijk op internet:
  1. Film maken, editen, monteren
  2. Niets (de jongeren geven aan alles op internet te kunnen en te snappen)
  3. Stoppen met internetten
  4. Weten of iemand betrouwbaar is
  5. Films downloaden

**Opvallend** VMBO'ers vinden het beduidend moeilijker om teksten te lezen op internet en te bepalen of een website/iemand betrouwbaar is

**Opvallend** de meeste jongeren vinden dat zij alles op internet kunnen en niets bij hoeven te leren, hoe hoger de opleiding, hoe zekerder zij zijn

## 2.3 Mobiel

Kinderen: 6-12 jaar<sup>3</sup>

- Het bezit van een mobieltje maakt een snelle groei door onder de 6- tot 12-jarigen
- Naar verwachting zal het gebruik van mobiel internet onder kinderen en jongeren snel toenemen

Tieners: 9-16 jaar<sup>5</sup>

- 33% gebruikt mobiel voor internet

Jongeren: 12-18 jaar<sup>3</sup>

- 54% heeft een prepaid
- 42% heeft een abonnement
  - 20% gebruikt wel eens mobiel internet, hoe ouder men is, hoe vaker

Jongeren: 8-18 jaar<sup>6</sup>

- Bezit mobiele telefoon:
  - 8-jarigen: 25% (vnl. prepaid)
  - 12-, 13-jarigen: bijna allemaal (steeds vaker abonnement)
- Gebruik van de mobiele telefoon:
  - Tot 12 jaar is dit voor veiligheid en bereikbaarheid voor ouders
  - Vanaf 12 jaar: bellen en vooral sms'en
 

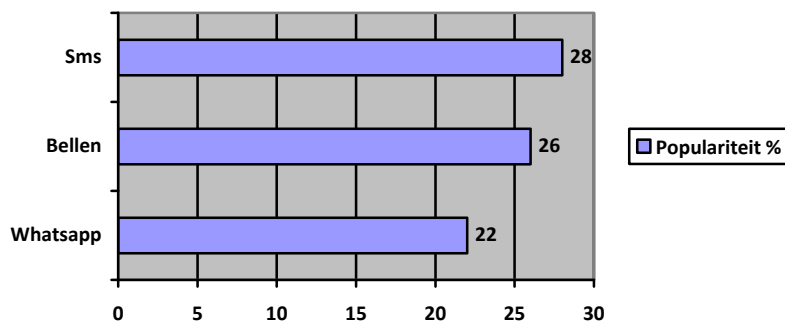
**Opvallend** VMBO-leerlingen hebben vaker mobiel contact met hun ouders dan havo- en vwoleerlingen
  - Ruim een kwart gebruikt maar een paar functies en weet niet hoe de rest werkt
  - Meisjes sms'en veel vaker dan jongens
  - Lager opgeleide jongeren zijn relatief vaker bezig met vermaak via hun mobiel (foto's maken, ringtones luisteren e.d.)
  - Overig gebruik: horloge, foto's maken, muziek luisteren, wekker
  - Internet hebben vooral de wat oudere tieners op hun mobiel (een derde van de 16-17-jarigen)
  - Iets bestellen zoals een ringtone of game doen maar heel weinig jongeren
  - Hoe ouder, hoe vaker de mobiel 's nachts aan staat én in de buurt is (83% van de 17-jarigen)



- Regels die ouders opstellen voor het gebruik van de mobiele telefoon hebben betrekking op:
  1. De kosten
  2. Met wie, hoe lang en hoe vaak
  3. Waar je je mobieltje uit moet zetten
  4. Waar je wel of geen foto's van mag maken
  5. Spelletjes op de mobiel
    - Hoe ouder het kind, hoe minder vaak er regels worden gesteld
    - Naarmate het schoolniveau van de tiener hoger is, zijn er minder vaak afspraken
- Eén op de vijf 8-18-jarigen heeft wel eens een ongewenst abonnement gehad op bijvoorbeeld een sms-dienst. Deze jongeren zien eerder de reclames op tv hiervoor dan degenen zonder ongewenst abonnement. Zij hebben ook vaker iets besteld (zoals een ringtone) of gestemd (bij een tv-programma). De helft van de kinderen met zo'n ongewenst abonnement is er meer dan 10 euro door kwijtgeraakt.

#### Jongvolwassenen: 18-29 jaar<sup>7</sup>

- 59% is minder gaan bellen sinds ze over mobiel internet beschikken
- WhatsApp wordt door 22% van de jongeren met mobiel internet gebruikt
- Een derde belt minder
- Meer dan de helft (56%) zegt niet meer zonder mobiel internet te kunnen en voelt zich 'naakt' als ze geen toegang hebben tot mobiel internet
- 95% heeft hun telefoon bijna altijd of altijd aanstaan
- 9 Op de 10 wil altijd mobiel bereikbaar zijn voor vrienden en maakt zich wel eens zorgen als vrienden niet reageren
- Populariteit:



- Facebook (27%), sms (16%), bellen (16%) en e-mail (15%) worden het meest gebruikt om met de mobiel informatie te delen.

## 2.4 Gamen

Kinderen: 6-12 jaar<sup>2</sup>

- In 2009 speelden alle kinderen tussen 6 en 12 jaar games op internet
- Jongens én meisjes gamen: jongens elke dag, meisjes een paar keer per week
- Ruim 11% van de ouders met kinderen tussen de 6 en 9 jaar vindt dat hun kind te lang bezig is met gamen en bij de 10- tot 12-jarigen is die bezorgde groep ouders bijna 20%

Tieners: 12-13 jaar<sup>8</sup>

- Online gamen geeft het grootste risico op een internetverslaving, de verslavingsgevoeligheid van Social Media ligt een stuk lager, maar groeit wel
- Jongeren op het VMBO lopen meer risico op een gameverslaving dan jongeren op het HAVO/VWO. Zij brengen ook meer tijd door op internet. Het kloof tussen de twee opleidingsniveaus is in de laatste jaren gegroeid
- Bijzondere uitkomst: 10% van de jongeren pokert online

Tieners: 8-14 jaar<sup>9</sup>

- Verschil tussen jongens en meisjes

	Jongens	Meisjes
Eerste keer gamen	6-8 jaar	7-9 jaar
Meer dan 4 uur per week	54%	28%
Meer dan 12 uur per week	10%	2%
Leeftijd vs. Frequentie	Hoe ouder hoe meer	Geen verschil tussen leeftijden
Controle door ouders	1/3 nee	

- Kinderen gamen vnl. samen met vrienden in dezelfde ruimte of vrienden/klasgenoten online

Jongeren: 12-17 jaar<sup>10</sup>

- Gamen is sociaal: jongeren gamen vaak samen met vrienden
- Gamen kan bijdragen aan de ontwikkeling, door bijvoorbeeld politieke en sociale inhoud
- 1/3 van de jongeren speelt games die eigenlijk bedoeld zijn voor een ouder publiek, daardoor kunnen zij blootgesteld worden aan (schokkende) volwassen beelden

## 2.5 Sociale netwerken

Tieners: 9-16 jaar<sup>5</sup>

- Ten opzichte van de andere landen in Europa zijn sociale netwerken het populairst in Nederland (80% van de ondervraagde tieners)
- Tieners hebben hun profiel:
  - 26% publiek
  - 28% gedeeltelijk privé
  - 43% privé
- 29% heeft meer dan 100 vrienden

- Hyvesprofiel
  - 33% van de 8-jarigen
  - Tot 12 jaar neemt het aantal kinderen dat op Hyves zit sterk toe
  - 75% van de tieners van 12 jaar en ouder
- De contacten bestaan uit:
  1. Klasgenoten en vrienden
  2. Ouders (75%, hoe ouder, hoe minder)
  3. Grootouders (20%)
  4. Leerkracht (vnl. basisschool, 50%)
- Belangrijkste activiteiten op Hyves
  1. Contact houden
  2. Krabbelen
  3. Smilies
    - Meisjes vinden relatief gezien de communicatiefuncties belangrijker
    - Jongens vinden gadgets als spelletjes en video's belangrijker
    - 13-15-jarigen en VMBO'ers zijn geïnteresseerd in:
      - Status (o.a. merken in je profiel, laten zien van welke Hyvesgroepen je lid bent)
      - Nieuwe vrienden maken
        - Kinderen die het maken van nieuwe vrienden belangrijk vinden hebben ook daadwerkelijk vaker mensen in hun Hyves die ze niet kennen (60% versus 40%).
- Het Hyvesprofiel
  - Tot 10 jaar heeft de meerderheid haar profiel afgeschermd
  - Vooral rond de overstap naar het voortgezet onderwijs heeft nog maar een minderheid het profiel afgeschermd. Reden:
    - Men vindt het geen probleem dat iedereen hun profiel kan zien
    - Men kan anders de profielen van anderen niet zien
      - Kinderen die nieuwe vrienden belangrijk vinden, schermen hun profiel minder vaak af
- Toezicht door ouders
  - Wachtwoord
    - tot 10 jaar: bijna alle ouders weten wachtwoord
    - 17-jaar: minder dan 10% weet wachtwoord
  - Bespreekbaarheid van Hyves
    - 8-jaar: bespreekt Hyves wekelijks met hun ouders
    - 16 en 17-jaar: 10% bespreekt Hyves wekelijks met hun ouders
      - 33% bespreekt veilig internet met vrienden
  - Hoe ouder het kind, hoe minder regels er gelden
    - 70% van de jongeren die regels krijgen opgelegd heeft een afgeschermd profiel
    - 30% van de jongeren die geen regels krijgen opgelegd heeft een afgeschermd profiel
- Ruzie
  - 1 op de 8 krijgt wel eens ruzie via hyves
  - 1 op de 5 krijgt wel eens een vervelende krabbel (vnl. 13-15-jarigen).
    - Meer onbekenden in netwerk hangt samen met meer ruzie en ongewenste krabbels

- Er lijkt zich een beeld af te tekenen van een groep kinderen die zich populairder willen voordoen op Hyves dan zij misschien zijn. Kinderen die vaak op de Hyvesprofielen van populaire kinderen kijken en soms onzeker worden van de profielen van anderen, vinden namelijk status en nieuwe vrienden (verzamelen en maken) op Hyves relatief vaker belangrijk. Ze zeggen ook vaker directer te durven zijn via Hyves dan in het echt en hechten veel waarde aan respect krijgen. Deze kinderen lijken echter kwetsbaarder en vertonen vaker risicovol gedrag omdat zij meer onbekenden toevoegen of toelaten, hetgeen samengaat met ruzie en ongewenste berichten en krabbels krijgen. Ook vinden deze kinderen het veel erger om 'ontvriend' te worden.

## 2.6 Reclame

Kinderen worden in toenemende mate op jongere leeftijd al gezien als consument. Meer nog dan via televisie, worden ze bereikt met reclame via internet. Die reclames zijn vaak ingebed in sociale netwerken en de online games. De grens tussen wat tot de inhoud van de site hoort (niet-commercieel) en wat informatie van een adverteerder is, vervaagt steeds meer: een prijsvraag is een verkapte advertentie en een spelletje is bij nader inzien afkomstig van een adverteerder. Deze reclamevormen bevatten meestal geen feitelijke boodschap die kritisch verwerkt kan worden door jonge kinderen. Ze zijn er voornamelijk op gericht om op een subtiele (interactieve) manier positieve associaties met een merk te creëren.<sup>2</sup>

## 2.7 In het onderwijs

*Basisonderwijs & Social Media*<sup>12</sup> (tenzij anders aangegeven)

- Leerkrachten vinden dat leerlingen begeleid moeten worden bij het gebruik van Social Media
- Leerkrachten vinden dat Social Media een toegevoegde waarde heeft in het basisonderwijs
- Minder dan de helft van de leerkrachten geeft concrete opdrachten aan leerlingen waarbij ze Social Media kunnen inzetten
- Leerkrachten die Social Media gebruiken ter voorbereiding van de les, geven eerder opdrachten waarbij Social Media ingezet kan worden
- De helft van de leerkrachten heeft behoefte aan ondersteuning op het gebied van Social Media, ten behoeve van zijn/haar beroep
- Volgens leerkrachten begint driekwart van de leerlingen met het gebruik van Social Media voor hun 10e jaar
- In het onderwijs ligt de nadruk op de vaardigheid in het opzoeken en beoordelen van informatie. Aandacht voor mediawijsheid op school is volgens de leraren noodzakelijk, omdat ze de meeste leerlingen nog steeds niet erg 'mediawijs' vinden. Leraren horen bovendien vaker dat leerlingen last hebben van de risico's van internet, zoals digitaal pesten of ongewenste intimiteiten<sup>13</sup>
- Om leerlingen mediawijs te maken, vinden leraren het belangrijk dat zij zelf ook mediawijs zijn. Daarbij kunnen ondersteuning, voldoende lestijd en geschikt lesmateriaal helpen. Veel leraren vinden dat het bijbrengen van mediawijsheid een gezamenlijke taak van school en ouders moet zijn<sup>13</sup>
- Overige aanbevelingen van leerkrachten zijn het stimuleren van schoolprotocol tegen digitaal pesten, het gebruik bevorderen van de mediadiensten die bibliotheken aanbieden en het integreren van mediawijsheid in de reguliere lessen<sup>13</sup>

### 3 Ouders, kinderen en internet

Wat kunnen ouders doen om ervoor te zorgen dat hun kinderen goed leren omgaan met de media, er veel van leren en geen vervelende ervaringen ondervinden? In de volgende paragrafen wordt weergegeven wat de huidige situatie is en waar ouders en hun kinderen behoefte aan hebben.

#### 3.1 Hoe leren wij onze kinderen met internet omgaan?

*De feiten*<sup>5</sup> (tenzij anders aangegeven)

- Wie geeft kinderen advies over veilig internet?

1. Ouders
2. Leraren

**Opvallend** Bij oudere tieners en kinderen van lagere sociaaleconomische huishoudens, wordt meer advies verkregen van leraren dan van ouders

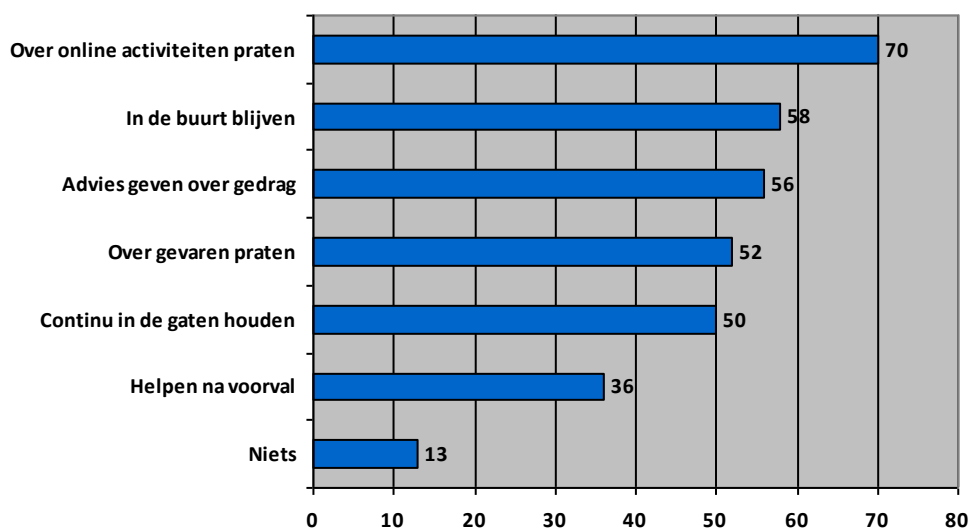
3. Andere familieleden
4. Leeftijdsgenoten
5. Traditionele massamedia
6. Online bronnen

- Wie geeft ouders advies over veilig internet?

1. Familie en vrienden
2. Traditionele media
3. School
4. Internetaanbieders
5. Websites

**Opvallend** is dat veel ouders behoefte hebben aan meer informatie over internetveiligheid dan dat ze momenteel via de school van het kind en van fabrikanten en winkels krijgen. Zo zouden ouders graag meer willen weten over geschikte content: welke websites of spelletjes zijn geschikt? Ook is er behoefte aan ouderondersteuning bij sociale internetactiviteiten, zoals Hyves, email en MSN<sup>5</sup>.

- Wat doen ouders om hun kinderen te leren met internet om te gaan?



- Er wordt relatief weinig restrictief opgetreden, middelen:
  1. Persoonlijke informatie blokkeren (85% )
  2. Uploaden blokkeren (63%)
  3. Downloaden blokkeren (57%)
  4. Blokkeren/filteren site (28%)
  5. Tracking systeem bijhouden (24%)

**Opvallend** Nederlandse kinderen voelen zich gemiddeld minder beperkt in hun internetgebruik door hun ouders dan kinderen uit de rest van Europa
- Risico's
  - 41% van de Europese kinderen tussen 9 en 16 jaar heeft met minstens één van onderstaande risico's te maken gehad
  - Risico's worden groter naarmate kinderen ouder zijn:
    - 14% van de 9-10-jarigen heeft te maken gehad met minstens één van de onderzochte risico's
    - 33% van de 11-12-jarigen
    - 49% van de 13-14-jarigen
    - 63% van de 15-16-jarigen
  - De risico's
    1. Ontmoeten van nieuwe online contacten (30% van de 9-16 jarigen)
      - 9% heeft dit contact ook daadwerkelijk offline ontmoet
    2. User-generated content (21% van de 11-16 jarigen: haatboodschappen, pro anorexia, zelfverminking, druggebruik, zelfmoord)
    3. Seksuele beelden (14% van de 9-16 jarigen)
    4. Misbruik persoonsgegevens (9% van de 11-16 jarigen)
    5. Pesten (6% van de 9-16 jarigen)
    6. Reclame

**Offline risico** Geregeld tot zeer veel overmatig internetgebruik (30% van de 11-16 jarigen) kan leiden tot:

    - Verwaarlozing vrienden
    - Verwaarlozing huiswerk
    - Slaapgebrek
- Visie ouders
  - 73% van de ouders heeft er vertrouwen in dat hun kind geen risico loopt tijdens hun online activiteiten
  - 85% van de ouders vertrouwt op hun eigen rol in de bescherming van het kind
  - 79% van de ouders vertrouwt op de eigen capaciteit van kind

**Opvallend is** dat de ouders van de kinderen die in aanraking zijn gekomen met een van bovenstaande risico's zich hier veelal niet bewust van zijn. Kortom, hoewel elk van deze risico's impact heeft op slechts een minderheid van de kinderen, onderschatten ouders deze risico's.

## 4 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies op een rijtje gezet en bekeken wat de belangrijkste doelgroepen zijn voor de bibliotheek. Ten slotte wordt aangegeven wat de bibliotheek kan doen om deze doelgroepen te ondersteunen.

### 4.1 Conclusies

#### Mediagebruik

- Kinderen en jongeren krijgen steeds jonger met internet te maken
- Des te ouder, des te intensiever is het internetgebruik
- Communicatie/contact is het belangrijkste doel voor het gebruik van internet
- Online gamen (samen met vrienden) komt op de tweede plaats en kan verslavingsgevoelig werken
- Mobiel internet wordt interessant naarmate tieners ouder worden
- Hoe lager het opleidingsniveau, hoe intensiever het internetgebruik
- Kinderen maken vaak gebruik van aanbod dat niet voor hen bestemd is
- Mobiel internet wordt steeds populairder

#### Mediawijsheid

- Hoe hoger het opleidingsniveau, hoe zekerder het kind zich voelt op internet
- Het kunnen onderscheiden van de juiste boodschappen op het internet blijkt moeilijk te zijn
- Ouders en hun kinderen hebben zelf het gevoel dat het kind mediawijs is met betrekking tot veiligheid. Vooral ouders blijken hierin naïef.
- Ouders geven toch aan meer ondersteuning en informatie met betrekking tot internetgebruik te willen ontvangen

**Erg belangrijk:** de jongvolwassene van nu is het kind van de toekomst. Dus wat de jongvolwassene nu pas op zijn twintigste doet, doet een jonger kind straks al op zijn vijftiende.

### 4.2 Doelgroepen

De belangrijkste doelgroepen voor bibliotheken met betrekking tot mediawijsheid zijn:

- Onderwijs
- Ouders
- Lager opgeleide jongeren

### 4.3 Ondersteuning vanuit de bibliotheek

#### Onderwijs en ouders

Ouders van jeugdleden en leerkrachten kunnen uitgenodigd worden voor een bijeenkomst over jeugd en mediawijsheid waarbij u ze:

- Op de hoogte brengt van het mediagebruik en de –wijsheid van kinderen en jongeren
- Zelf laat oefenen met de door kinderen en jongeren gebruikte applicaties en games
- Informeert over de positieve en onderwijzende mogelijkheden die mediagebruik met zich mee kan brengen
- Informeert over de mogelijke risico's die kinderen en jongeren kunnen lopen
- Tips meegeeft voor een onbezorgd gebruik van internet zoals
  - Met kinderen praten over het gebruik, het hoe en waarom
  - Afschermen van sociaal profiel
  - Geen privégegevens uitwisselen
  - Geen afspraken maken met onbekenden
- De aanwezigen laat discussiëren over hoe men thuis en op school omgaat met mediagebruik. Zo kan men van elkaar leren

Leerkrachten kunt u bovendien nog tips en trics meegeven hoe zij mediagebruik kunnen integreren in hun lesmateriaal.

#### Lager opgeleide jongeren

Lager opgeleide jongeren geven aan moeite te hebben met de mogelijkheden van internet en het begrijpen van wat er gebeurt en verteld wordt. Hierin kunnen zij ondersteund worden door de bibliotheek. Dit kan door middel van bijeenkomsten in de bibliotheek of in workshops op de opleiding zelf. Na de bijeenkomst is de jongere:

- Op de hoogte van de diverse mediamogelijkheden
- In staat diverse applicaties en games te gebruiken
- In staat risico's te herkennen
- In staat de betrouwbaarheid van de informatie te bepalen

Door samen te oefenen en te overleggen, leren de jongeren van elkaar en blijft de informatie beter hangen.

Een leuke en leerzame **tip** voor een bijeenkomst (kijk vanaf 45 min. al is het hele programma interessant):

<http://www.eo.nl/archief/tv/loverboys/aflevering-detail/aflevering/thema-avond-loverboys/>



## 5 Bronnen

<sup>1</sup> Raad voor Cultuur

<sup>2</sup> Boek: Contact! Kinderen en nieuwe media, Jos de Haan en Remco Pijpers

<sup>3</sup> <http://www.mijnkindonline.nl/1637/einstein-bestaat-niet.htm>

<sup>4</sup> <http://www.mijnkindonline.nl/1614/brochure-kinderen-internet.htm>

<sup>5</sup>

[http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Executive\\_Summary\\_Full\\_Finding\\_s.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Executive_Summary_Full_Finding_s.pdf)

<sup>6</sup> [http://www.mijndigitalewereld.nl/media/images/Altijdbinnenbereik\\_n.pdf](http://www.mijndigitalewereld.nl/media/images/Altijdbinnenbereik_n.pdf)

<sup>7</sup> Onderzoek van Youth Marketeers in opdracht van Hi onder jongeren (18-29 jaar) 2011

<sup>8</sup> Monitor internet en jongeren 2006-2009. <http://www.ivo.nl/UserFiles/File/Publicaties/2009-11%20Factsheet%20Wat%20doen%20jongeren%20op%20internet.pdf>

<sup>9</sup> [http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/73\\_Jeugdjournaal\\_Onderzoek.pdf](http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/73_Jeugdjournaal_Onderzoek.pdf)

<sup>10</sup> PEW Internet & American Life Project. Onderzoek "Teens, Video Games and Civics", september 2008 <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/Teens-Video-Games-and-Civics.aspx>

<sup>11</sup> <http://www.mijndigitalewereld.nl/media/images/KrabbelsenRespectplz.pdf>

<sup>12</sup> <http://socialmediawijs.nl>

<sup>13</sup> "Mediawijsheid in het onderwijs in 2010" Radboud Universiteit Nijmegen in opdracht van Mediawijzer.net: <http://www.ru.nl>

## 6 Naslagwerken

### 6.1 Internet

*Voor bibliotheken*

- <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>  
m.n. de volgende links:
  - [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Executive\\_Summary\\_Full\\_Findings.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Executive_Summary_Full_Findings.pdf)
  - [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/EUKidsExecSummary/NetherlandsExecSum.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/EUKidsExecSummary/NetherlandsExecSum.pdf)
  - [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/BullyingShort.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/BullyingShort.pdf)
  - [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/home.aspx](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/home.aspx) (nog geen uitslag onderzoek)
- <http://www.scp.nl/>  
m.n. de volgende links:
  - [http://www.scp.nl/Organisatie/Onderzoeksgroepen/Tijd\\_Media\\_Cultuur/Recent\\_afgesloten Onderzoek van TMC/NL Kids Online](http://www.scp.nl/Organisatie/Onderzoeksgroepen/Tijd_Media_Cultuur/Recent_afgesloten Onderzoek van TMC/NL Kids Online)
  - <http://www.scp.nl/dsresource?objectid=25515&type=org>
  - <http://www.scp.nl/dsresource?objectid=19477&type=org>
- <http://www.digivaardigdigibewust.nl> diverse artikelen
- [http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/73\\_Jeugdjournaal\\_Onderzoek.pdf](http://www.kijkwijzer.nl/upload/zijbalk2/73_Jeugdjournaal_Onderzoek.pdf)

*Voor ouders, opvoeders en leerkrachten*

- <http://www.mijndigitalewereld.nl> alles over media
- <http://www.mijnkindonline.nl> interessante brochures te downloaden
- <http://hyves.nl/lespakket> gratis te downloaden
- <http://socialmediawijs.nl> Social Media Bootcamp voor basisonderwijs
- <http://www.mediaopvoeding.nl> voor alle vragen over kinderen en media
- [http://www.digivaardigdigibewust.nl/Activiteiten/jongeren\\_en\\_opvoeders](http://www.digivaardigdigibewust.nl/Activiteiten/jongeren_en_opvoeders) Hulpmiddelen voor ouders en opvoeders

*Voor kinderen*

#### **European Awards for Best Children's Online Content**

[www.habbolive.nl](http://www.habbolive.nl) - fansite van het populaire Habbo Hotel. Habbolive geeft Habbofans alle recente informatie over Habbo en games voor kinderen. Habbo is gemaakt door Wim Borgerdijn (14), Kimberly Nijzink (15) en Mark Bruil (15) uit Nederland.

[www.hetklokhuis.nl](http://www.hetklokhuis.nl) - een leuke en educatieve website met veel mogelijkheden om zelf content te creëren, bijvoorbeeld met SketchMaker en GameMaker. De website is gemaakt door Het Klokhuis, het Nederlandse educatieve televisieprogramma voor kinderen.

[www.ketnet.be](http://www.ketnet.be) - een website die creativiteit bij kinderen wil stimuleren. Bijvoorbeeld om te tekenen of zelf quizen te maken. De website is gemaakt door de Vlaamse kindertelevisiezender Ketnet.

*Bron:*

[http://www.digivaardigdigibewust.nl/Nieuws/europees\\_goud\\_en\\_zilver\\_voor\\_hetklokhuis.nl\\_en\\_habbolive.nl1](http://www.digivaardigdigibewust.nl/Nieuws/europees_goud_en_zilver_voor_hetklokhuis.nl_en_habbolive.nl1)

## **6.2 Boeken**

### **Nieuwe mogelijkheden en risico's van internetgebruik door jongeren**

Jos de Haan, ISBN 978 90 377 0430 3, € 15,90

### **Contact! Kinderen en nieuwe media**

Jos de Haan en Remco Pijpers ISBN 978 90 313 7837 1, € 24,50

POSTADRES POSTBUS 485  
2130 AL HOOFDDORP  
BEZOEKADRES OPAALLAAN 1180  
2132 LN HOOFDDORP  
TELEFOON 023 55 46 100  
FAX 023 55 46 150

