

wijs arbeid
g data zorg
onderwijs
e zekerheid
wetenschap
org welzijn
mobiliteit
jn beleids-

Het ITS maakt deel uit
van de Radboud
Universiteit Nijmegen



evaluatie, monitoring, en
effectonderzoek en data



Mediawijsheid in het primair onderwijs: achtergronden en percepties

Amber Walraven | Tineke Paas | Ilona Schouwenaars

Mei 2013



Projectnummer: 34001439

© 2013 ITS, Radboud Universiteit Nijmegen

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen, zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming van het ITS van de Radboud Universiteit Nijmegen.

No part of this book/publication may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

Inhoud

| | |
|--|----|
| 1 Inleiding | 1 |
| 2 Analyse leerlijnen primair onderwijs | 3 |
| 2.1 Begrip | 4 |
| 2.2 Gebruik | 4 |
| 2.3 Communicatie | 4 |
| 2.4 Strategie | 5 |
| 2.5 Conclusie analyse leerlijnen primair onderwijs: | 5 |
| 3 Analyse leerlijnen PABO: Samenvatting inventarisatie mediawijsheid in PABO-curricula | 7 |
| 3.1 Begrip | 7 |
| 3.2 Gebruik | 8 |
| 3.3 Communicatie | 8 |
| 3.4 Strategie | 9 |
| 3.5 Conclusie analyse PABO curricula | 9 |
| 4 Resultaten survey: overzicht percepties eigen mediawijsheid en vertrouwen in onderwijzen mediawijsheid leerkrachten primair onderwijs | 11 |
| 4.1 Algemene gegevens | 11 |
| 4.2 Mediawijsheid | 11 |
| 4.3 Conclusie | 15 |
| 5 Literatuur | 17 |
| 5.1 Inleiding | 17 |
| 5.2 Bewustzijn | 17 |
| 5.3 Gebruik | 20 |
| 5.4 Communicatie | 22 |
| 5.5 Strategie | 24 |
| 5.6 Conclusie literatuur | 26 |
| Bijlage 1 – Inventarisatie methodes primair onderwijs | 27 |
| Bijlage 2 – Inventarisatie mediawijsheid in PABO-curricula | 49 |
| Literatuur | 59 |

1 Inleiding

Mediawijzer wil de stimuleringsregeling voor 2013 in het teken stellen van het laten ontwikkelen van een drietal belangrijke bouwstenen gericht op mediawijsheid in het primair onderwijs. Deze bouwstenen betreffen in alle drie de gevallen een gebruiksvriendelijke en praktische *portal/website/handboek/platform/oid* die door het netwerk gebruikt kunnen worden om mediawijsheid producten/diensten voor het primair onderwijs aan te bieden en kwalitatief goed vorm te geven.

De drie bouwstenen zijn:

1. Een doorlopende leerlijn en een toets voor leerlingen in het primair onderwijs
2. PABO minor voor mediawijsheid en een toets
3. Een bijscholingstraining voor leerkrachten en een toets

Het ITS heeft opdracht gekregen voor het opstellen van een theoretisch kader en het voorbereiden van de projectuitvraag naar de drie bouwstenen. Het onderhavige rapport is tot stand gekomen door nationale leerlijnen en methodes ‘mediawijsheid voor leerlingen’ te analyseren aan de hand van de competentieniveaus voor mediawijsheid van Mediawijzer.net, PABO-curricula te analyseren, te achterhalen in welke mate leerkrachten zelf mediawijs zijn, een literatuurstudie doen naar vaardigheden die een rol spelen bij mediawijsheid, en het indelen van competentieniveaus van het competentiemodel in niveaus per groep in het primair onderwijs.

Het eerste hoofdstuk gaat in op de analyses van de methodes in het primair onderwijs. Hoofdstuk 2 bespreekt de resultaten van de analyses van de curricula op diverse PABO-opleidingen. De mediawijsheid-vaardigheden van leerkrachten komen aan bod in hoofdstuk 3. Ten slotte wordt in het vierde hoofdstuk, op basis van nationale en internationale literatuur, een theoretisch kader geschetst over mediawijsheid-competenties in het primair onderwijs.

Aan de indeling van competentieniveaus van het model per groep van het primair onderwijs wordt een aparte publicatie gewijd.

2 Analyse leerlijnen primair onderwijs

Om na te gaan welke aandacht wordt besteed aan mediawijsheid in het primair onderwijs, zijn bestaande methodes voor mediawijsheid geanalyseerd. Gekozen is om methodes te analyseren, omdat deze vaak concreter zijn dan leerlijnen¹.

Bestaande methodes ‘mediawijsheid voor leerlingen’ zijn geanalyseerd aan de hand van de competentieniveaus van onderstaand competentiemodel voor mediawijsheid van Mediawijzer.net (figuur 1). In deze samenvatting wordt weergegeven welke competenties worden behandeld in bestaande methodes. Zie bijlage voor de uitgebreide inventarisatie van de 26 methodes.

Figuur 1 – Competentiemodel voor mediawijsheid (bron: Mediawijzer.net)



Om te achterhalen welke competenties worden behandeld in bestaande lesmethodes, zijn 26 methodes geanalyseerd die, in meer of mindere mate, aspecten van mediawijsheid behandelen.

Vier methodes behandelen alle competentiegroepen uit het model. Acht methodes behandelen slechts één competentiegroep uit het model. Dit zijn voornamelijk methodes voor informatievaardigheden of begrijpend lezen waarin vooral aandacht is voor de competentie ‘informatie vinden en verwerken’. Verder zijn er zeven methodes die twee competentiegroepen en zeven methodes die drie competentiegroepen behandelen.

Hieronder wordt per competentiegroep en competentie weergegeven hoeveel methodes aandacht besteden aan de bewuste competentie(groep) en worden voorbeelden gegeven van wat er behandeld wordt in die methoden.

¹ Alle analyses van de methoden zijn voorgelegd aan de rechtmatige eigenaren, waarna men kon reageren op de uitkomsten. Niet alle aangeschreven personen/uitgeverijen hebben hierop gereageerd.

2.1 Begrip

Van de 26 geanalyseerde methodes besteden 13 methodes aandacht aan de competentiegroep 'begrip'. Hieronder wordt per competentie aangegeven hoeveel methodes aandacht aan de betreffende competentie besteden en voorbeelden gegeven van wat er behandeld wordt.

Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving

Deze competentie wordt behandeld in negen methodes. Deze methodes behandelen onder andere wat de rol van de media is in de samenleving, wat de geschiedenis van de belangrijkste media is en hoe de media er in de toekomst uitzien. Ze maken leerlingen ervan bewust dat mensen zich op internet anders kunnen voordoen en dat er verschillen kunnen zijn tussen vriendschappen op internet en in het echte leven.

Begrijpen hoe media gemaakt worden

Tien methodes behandelen de competentie 'begrijpen hoe media gemaakt worden'. In deze methodes wordt onder andere aandacht besteed aan het begrip doelgroep, de betekenis en doelstelling van reclame, de onderdelen waaruit reclame is opgebouwd, verschillende mediavormen en het aanleren van een kritische houding ten opzichte van media en reclame.

Zien hoe media de werkelijkheid kleuren

Er zijn zes methodes die deze competentie behandelen. In deze methodes worden de doelstellingen die afzonderlijke partijen hebben en stereotypering in de media behandeld en wordt er aandacht besteed aan misleidende reclame.

2.2 Gebruik

In 14 van de 26 geanalyseerde methodes wordt aandacht besteed aan de competentiegroep 'gebruik'. Welke competenties exact aan de orde komen, volgt hieronder.

Apparaten, software en toepassingen gebruiken

Alle 14 methodes die aandacht besteden aan de competentie 'Gebruik' besteden aandacht aan 'apparaten, software en toepassingen gebruiken'. Dit wordt onder andere gedaan door leerlingen om te leren gaan met internet en e-mail, leerlingen te laten inzien welke gegevens wel en niet privé zijn en leerlingen te leren hoe ze een sterk wachtwoord kunnen maken.

Oriënteren binnen mediaomgevingen

Er is één methode waarin deze competentie aan de orde komt. Leerlingen maken in deze methode kennis met het digibord en ontdekken de koppeling tussen digitale en fysieke boeken.

2.3 Communicatie

Vrijwel alle geanalyseerde methodes (24) besteden aandacht aan de competentiegroep 'communicatie'.

Informatie vinden en verwerken

Van de 24 methodes die aandacht besteden aan de competentiegroep 'communicatie', wordt er door 22 aandacht besteed aan de competentie 'informatie vinden en verwerken'. Dit gebeurt door leerlingen te leren hoe ze een geschikte bron en zoekwoorden kunnen kiezen, hoe ze een bron kunnen beoordelen op betrouwbaarheid en leerlingen te leren hoe ze informatie kunnen selecteren, filteren en vergelijken.

Content creëren

In tien methodes komt de competentie 'content creëren' aan de orde. Leerlingen leren in deze methodes bijvoorbeeld over het maken van een website, weblog of game en het bewerken en delen van foto's.

Participeren in sociale netwerken

Tien methodes gaan in op de competentie 'participeren in sociale netwerken'. Deze competentie wordt behandeld door onder andere aandacht te besteden aan chatten, digitaal pesten, een online imago en leerlingen bewust te laten worden van (de gevolgen van) persoonlijke informatie op het internet.

2.4 Strategie

Er zijn slechts acht methodes die ingaan op de competentiegroep 'strategie'.

Reflecteren op het eigen mediagebruik

Zeven methodes besteden aandacht aan de competentie 'reflecteren op het eigen mediagebruik'. Deze methodes doen dat door leerlingen bewust te maken van hun eigen mediagebruik en voorkomen en door leerlingen te leren dit te verwoorden.

Doelen realiseren met media

Slechts in twee methodes komt deze competentie aan de orde. Leerlingen worden geleerd documenten te verspreiden via internet. Eén methode laat leerlingen foto's maken om toeristen nieuwsgierig te maken naar hun eigen woonplaats.

2.5 Conclusie analyse leerlijnen primair onderwijs:

Alle competenties uit het model worden behandeld, maar niet binnen één methode. Duidelijk is dat het vaakst aandacht wordt besteed aan de competentie communicatie. Binnen communicatie komt dan informatie vinden en verwerken het meeste voor. Er zijn maar weinig methodes die aandacht besteden aan de competentie strategie.

Het besteden van aandacht aan een competentie zegt niets over de kwaliteit van die aandacht. In deze analyses is louter naar het kwantitatieve aspect gekeken. We kunnen derhalve geen uitspraken doen over de waarde en kwaliteit van de aandacht.

De analyses van de methoden zijn gedaan op basis van beschikbare methodes. De methodes zijn dan ook niet uitputtend. Ook zijn de ICT-methodes buiten beschouwing gelaten. Hoewel ICT-vaardigheden voorwaardelijk zijn voor de vaardigheden beschreven in het model, vallen deze vaardigheden niet in het model voor mediawijsheid.

3 Analyse leerlijnen PABO: Samenvatting inventarisatie mediawijsheid in PABO-curricula

De curricula van de lerarenopleiding voor het basisonderwijs zijn geanalyseerd op twee aspecten: hoe PABO's studenten mediawijs maken en hoe PABO's leerkrachten in opleiding voorbereiden op het mediawijs maken van leerlingen. Het analysekader is het competentiemodel voor mediawijsheid van Mediawijzer.net (zie hoofdstuk 1, figuur 1). In deze samenvatting wordt weergegeven welke competenties worden behandeld en hoe dit gedaan wordt². Zie bijlage voor de uitgebreide inventarisatie van de acht curricula.

Tien opleidingen voor leerkracht basisonderwijs hebben inzicht gegeven in de mate waarin zij mediawijsheid in hun curriculum hebben opgenomen. De curricula van deze PABO's zijn geanalyseerd.

Vijf opleidingen besteden aandacht aan alle competentiegroepen uit het competentiemodel voor mediawijsheid. Drie opleidingen behandelen drie competentiegroepen en één opleiding besteedt aandacht aan twee competentiegroepen. Er is één opleiding die aangeeft dat mediawijsheid niet expliciet wordt aangeboden in het curriculum. Veel opleidingen geven aan dat het curriculum wat betreft mediawijsheid sterk in ontwikkeling is en dat dit volgend studiejaar uitgebreid/veranderd zal worden. De opleidingen die aangegeven hebben dat mediawijsheid onderdeel van het curriculum is, besteden vooral aandacht aan het mediawijs maken van de studenten zelf.

Hieronder wordt per competentiegroep en competentie weergegeven hoeveel opleidingen aandacht besteden aan de bewuste competentie(groep) en worden voorbeelden gegeven van hoe dit gebeurt. Een belangrijke kanttekening is dat onderstaande weergeeft wat hogescholen aanbieden wat betreft mediawijsheid. Studenten zijn niet altijd verplicht om deze onderdelen van het curriculum te volgen. De hogeschool die aangaf dat mediawijsheid niet expliciet wordt aangeboden in het curriculum zal in het onderstaande buiten beschouwing blijven.

3.1 Begrip

Alle opleidingen besteden aandacht aan de competentiegroep 'begrip'. Hieronder wordt per competentie aangegeven hoeveel opleidingen aan de betreffende competentie aandacht besteden.

Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving

Zes opleidingen besteden aandacht aan deze competentie. Dit doen ze onder andere door studenten kennis te laten nemen van de digitale leefwereld van kinderen, studenten te leren wat de

² Alle analyses van de opleidingen zijn voorgelegd aan de instituten, waarna men kon reageren op de uitkomsten. Niet alle belanghebbenden hebben hierop gereageerd.

invloeden en risico's van internetgebruik op kinderen zijn, wat de rol van sociale media is op de vriendschapsvorming en te leren wat de invloed van geweld in media is op de ontwikkeling van kinderen.

Begrijpen hoe media gemaakt worden

Slecht één opleiding besteed aandacht aan de competentie 'begrijpen hoe media gemaakt worden'. Deze hogeschool doet dat door studenten te leren hoe digitale content voor scholen tot stand komt.

Zien hoe media de werkelijkheid kleuren

In drie curricula komt aan de orde hoe de media de werkelijk kleuren. Dit gebeurt door de (on)waarheden van media te bespreken, het komt aan bod bij het onderwerp 'mediawijsheid in de klas' of studenten wordt inzicht gegeven in de invloed van media op de actualiteit.

3.2 Gebruik

Zeven opleidingen besteden aan de competentiegroep 'gebruik'.

Apparaten, software en toepassingen gebruiken

Alle zeven opleidingen besteden aandacht aan de competentie 'apparaten, software en toepassingen gebruiken'. Aan orde komen bijvoorbeeld het gebruik van het digibord, Webquest, apps en les in de gevaren van internet.

Oriënteren binnen mediaomgevingen

Twee opleidingen besteden naast aandacht aan de competentie 'apparaten, software en toepassingen gebruiken', ook aandacht aan 'oriënteren binnen mediaomgevingen'. Dit doen zij door studenten leren gebruik te maken van verschillende leeromgevingen en van applicaties tijdens de lessen.

3.3 Communicatie

Zeven opleidingen besteden aandacht aan de competentiegroep 'communicatie'

Informatie vinden en verwerken

Vijf opleidingen besteden aandacht aan 'informatie vinden en verwerken'. Dit doen zij onder andere door studenten bronnen te leren beoordelen op betrouwbaarheid en studenten te leren hoe zij leerlingen kunnen leren om doelgericht informatie te zoeken gebruiken.

Content creëren

Alle opleidingen die aandacht besteden aan de competentiegroep 'gebruik' laten ook de competentie 'content creëren' aan de orde komen. Zaken die hierbij behandeld worden zijn bijvoorbeeld het werken met een weblog, het maken van applicaties, het maken van een digibordles, filmpjes, foto's en een webpagina.

Participeren in sociale netwerken

Vijf opleidingen besteden aandacht aan de competentie ‘participeren in sociale netwerken’. Onderwerpen die hierbij aan de orde komen zijn onder andere digitaal pesten en gevaren van sociale netwerksites. Daarnaast leren studenten hoe ze sociale netwerken kunnen gebruiken en hoe ze projecten kunnen opzetten waarin leerlingen samenwerken met andere leerlingen/klassen.

3.4 Strategie

Zes opleidingen laten de competentiegroep ‘strategie’ aan de orde komen. Dit geldt voornamelijk voor de competentie ‘doelen realiseren met media’.

Reflecteren op het eigen mediagebruik

Slechts één opleiding besteedt aandacht aan de competentie ‘reflecteren op het eigen mediagebruik’. Dit doen zij in de les over het digibord.

Doelen realiseren met media

Alle hogescholen die de competentie ‘strategie’ opgenomen hebben in het curriculum besteden aandacht aan de competentie ‘doelen realiseren met media. Als er aandacht wordt besteed aan deze competentie gebeurt dit onder andere door studenten te leren over het TPACK-model, te leren hoe en wanneer applicaties en andere ICT-hulpmiddelen ingezet kunnen worden en studenten te leren hoe zij hun kennis met betrekking tot ICT kunnen delen met andere professionals.

3.5 Conclusie analyse PABO curricula

Geen enkele van de geanalyseerde curricula besteedt aandacht aan *alle* competenties. Ook lijkt er een oneerlijke verdeling tussen competenties en deelaspecten te zijn. Zo komt bijvoorbeeld reflecteren op eigen mediagebruik binnen de competentie strategie nauwelijks aan bod en gaat er wel veel aandacht uit naar doelen realiseren met media. Niet alle competenties krijgen dus evenveel aandacht.

Het is moeilijk inzicht te krijgen in hoe de opleidingen aandacht besteden aan mediawijsheid. Vooralsnog lijkt de focus met name te liggen op het mediawijs maken van de studenten zelf. Het blijft onduidelijk of en hoe er aandacht is voor didactische aspecten van mediawijsheid, dus of PABO-studenten leren hoe ze mediawijsheid kunnen onderwijzen. Dit heeft mogelijk twee oorzaken. De eerste oorzaak is dat mediawijsheid vaak geen expliciet vak is binnen de opleidingen. Hoe dit dan precies vorm krijgt en welke aspecten waar behandeld worden is nu niet in kaart gebracht. Dit is wel een aanbeveling voor de toekomst. De tweede oorzaak is dat vakken waar mediawijsheid een onderdeel van is soms facultatief zijn waardoor niet alle studenten er per se mee in aanraking komen.

4 Resultaten survey: overzicht percepties eigen mediawijsheid en vertrouwen in onderwijzen mediawijsheid leerkrachten primair onderwijs

Om te achterhalen in welke mate leerkrachten zelf mediawijs zijn en over inhoudelijke en didactische competenties beschikken is een online survey opgesteld. De survey meet in hoeverre leerkrachten vertrouwen hebben in hun vaardigheden om aspecten van mediawijsheid (zie hoofdstuk 1, figuur 1) te onderwijzen.

4.1 Algemene gegevens

De vragenlijst is ingevuld door 81 leerkrachten uit het reguliere basisonderwijs. In onderstaande tabel staan enkele achtergrondkenmerken van de respondenten gepresenteerd.

Tabel 1 – Geslacht van de respondent en functie van de respondent binnen de school

| Gegevens | % |
|-----------------------|----|
| <i>Geslacht</i> | |
| man | 23 |
| vrouw | 75 |
| onbekend | 2 |
| <i>Leerkracht van</i> | |
| groep ½ | 26 |
| groep ¾ | 13 |
| groep 5/6 | 19 |
| groep 7/8 | 32 |
| andere functie | 10 |

De leerkrachten hebben gemiddeld ongeveer 14 jaar onderwijservaring. Bijna een derde van de respondenten noemt zich basaal vaardig in het inzetten van de computer als didactisch hulpmiddel. Bijna de helft noemt zichzelf gevorderd vaardig hierin en ongeveer 20% noemt zich zeer gevorderd in het inzetten van de computer als didactisch hulpmiddel.

4.2 Mediawijsheid

Ongeveer de helft van de respondenten (49%) geeft aan dat mediawijsheid deel uitmaakt van het curriculum van de school. Als mediawijsheid onderdeel is van het curriculum van de school, besteden de scholen in tweederde van de gevallen aandacht aan mediawijsheid in alle groepen.

In onderstaande tabel wordt weergegeven op welke manieren scholen die mediawijsheid opgenomen hebben in het curriculum hier aandacht aan besteden en hoe vaak het genoemd is.

Tabel 2 – Mediawijsheid in het curriculum en de mate van voorkomen

| | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Projecten (bijv. week van de mediawijsheid) | 19 |
| Mediawijsheid komt aan bod tijdens andere lessen | 9 |
| Er worden verschillende aspecten van mediawijsheid besproken/er worden regels opgesteld of gesprekken gevoerd | 7 |
| Inzet van pc's/software/digibord | 7 |
| Gebruik van leerlijn voor mediawijsheid | 5 |
| Workshops | 3 |
| Inzet van externe docenten | 1 |
| Stimuleren van bewust computergedrag | 1 |
| Stellen van minimumdoelen mediawijsheid voor leerlingen en leerkrachten | 1 |

Respondenten kregen de vraag welke competenties uw leerlingen het beste beheersen voorgelegd. In tabel 3 worden de resultaten weergegeven.

Tabel 3 – Welke 3 competenties beheersen uw leerlingen op dit moment het beste?

| Competentie | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 66 |
| Informatie vinden en verwerken | 38 |
| Oriënteren binnen mediaomgevingen | 29 |
| Participeren in sociale netwerken | 28 |
| Doelen realiseren met media | 12 |
| Content creëren | 9 |
| Begrijpen hoe media gemaakt worden | 7 |
| Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 7 |
| Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 6 |
| Reflecteren op het eigen mediagebruik | 6 |

Respondenten kregen eveneens de vraag over welke competenties hun leerlingen het minst beschikken voorgelegd. Tabel 4 geeft de resultaten weer.

Tabel 4 – Welke 3 competenties beheersen uw leerlingen op dit moment het minst?

| Competentie | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 45 |
| Reflecteren op het eigen mediagebruik | 38 |
| Begrijpen hoe media gemaakt worden | 36 |
| Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 34 |
| Doelen realiseren met media | 22 |
| Participeren in sociale netwerken | 20 |
| Content creëren | 17 |
| Informatie vinden en verwerken | 9 |
| Oriënteren binnen mediaomgevingen | 7 |
| Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |

Tevens is gevraagd naar de competenties van de leerkrachten zelf. Tabel 5 laat zien welke competenties leerkrachten (volgens zichzelf) het best in staat zijn bij te brengen bij hun leerlingen.

Tabel 5 – Welke 3 competenties bent u het best in staat uw leerlingen bij te brengen? (Ga hierbij uit van uw eigen kunnen, en niet van de (on)mogelijkheden van uw leerlingen.)

| Competentie | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Informatie vinden en verwerken | 59 |
| Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 35 |
| Reflecteren op het eigen mediagebruik | 31 |
| Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 30 |
| Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 22 |
| Doelen realiseren met media | 16 |
| Oriënteren binnen mediaomgevingen | 14 |
| Participeren in sociale netwerken | 14 |
| Content creëren | 10 |
| Begrijpen hoe media gemaakt worden | 6 |

Eveneens is gevraagd welke competenties het minst goed bijgebracht kunnen worden door leerkrachten, bij leerlingen. Tabel 6 laat de antwoorden zien.

Tabel 6 – Welke 3 competenties bent u het minst in staat uw leerlingen bij te brengen? (Ga hierbij uit van uw eigen kunnen, en niet van de (on)mogelijkheden van uw leerlingen.)

| Competentie | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Begrijpen hoe media gemaakt worden | 45 |
| Content creëren | 33 |
| Participeren in sociale netwerken | 30 |
| Doelen realiseren met media | 26 |
| Oriënteren binnen mediaomgevingen | 22 |
| Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 20 |
| Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 17 |
| Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 16 |
| Reflecteren op het eigen mediagebruik | 8 |
| Informatie vinden en verwerken | 4 |

Op het moment dat leerkrachten mediawijsheid bij leerlingen proberen te onderwijzen, zijn de leerkrachten voornamelijk bezig met lesgeven over informatie vinden en verwerken. Tabel 7 geeft een overzicht van de competenties die het meest bijgebracht worden.

Tabel 7 – De mediawijsheidcompetentie die ik mijn leerlingen het vaakst probeer bij te brengen is...

| Competentie | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Informatie vinden en verwerken | 17 |
| Reflecteren op het eigen mediagebruik | 10 |
| Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 10 |
| Participeren in sociale netwerken | 8 |
| Oriënteren binnen mediaomgevingen | 5 |
| Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 3 |
| Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 3 |
| Doelen realiseren met media | 2 |
| Begrijpen hoe media gemaakt worden | 2 |
| Content creëren | 2 |

Leerkrachten noemden ook voorbeelden van het bijbrengen van deze competenties. Voorbeelden hiervan zijn ‘leerlingen moeten leren dat een computer een middel is en geen doel’ en ‘klik niet zomaar overal op, maar vraag hulp’.

Respondenten is gevraagd wat er nodig is om mediawijsheid te kunnen onderwijzen. Tabel 8 laat zien wat respondenten vinden dat er nodig is om mediawijsheid te kunnen onderwijzen.

Tabel 8 – Wat is er volgens u als leraar nodig om kinderen goede lessen in mediawijsheid te geven? (denk aan middelen/personen/kennis)

| Voorwaarde | Aantal keer genoemd |
|---|---------------------|
| Kennis, vaardigheden, ervaring | 43 |
| Voldoende middelen (bijvoorbeeld pc's) | 32 |
| Beschikbaarheid van experts/deskundigen/geschoolde krachten/goede coaching | 16 |
| Beschikbaarheid van een lespakket/leerlijn/handleiding | 18 |
| Lestijd voor de leerlingen en om lessen voor te bereiden | 10 |
| Workshops over mediawijsheid, scholing, de mogelijkheid om up-to-date te blijven | 5 |
| Juiste instelling/houding met betrekking tot mediawijsheid (enthousiast/gemotiveerd/positief benadrukken van mogelijkheden) | 6 |

Naast de voorwaarden genoemd in tabel 8, zijn ook enkele andere voorwaarden genoemd. Zo noemden enkele leerkrachten de betrokkenheid van en voorlichting aan ouders bij mediawijsheid en het in gesprek kunnen gaan met leerlingen over media.

Dat wat leerkrachten noodzakelijk vinden om mediawijsheid te kunnen onderwijzen, hoeft niet per se voor te komen op de school. Daarom is eveneens gevraagd of de faciliteiten op school

voldoen aan de eisen die de leerkrachten stellen aan onderwijs over mediawijsheid. Ruim een derde van de ondervraagde leerkrachten geeft aan dat ze voldoende faciliteiten op school hebben om mediawijsheid te onderwijzen. Circa 14% van de leerkrachten geeft aan dat de faciliteiten niet op school aanwezig zijn, en 38% geeft aan dat de faciliteiten slechts gedeeltelijk of onvoldoende aanwezig zijn. Ruim 10% van de respondenten heeft deze vraag niet ingevuld of zegt niet te weten of de school voldoende faciliteiten biedt voor lessen in mediawijsheid.

De leerkrachten is gevraagd in hoeverre zij behoefte hebben aan professionalisering op het gebied van *eigen* mediawijsheid. Meer dan de helft (58%) van de leerkrachten geeft aan geen behoefte te hebben aan meer professionalisering. Een derde geeft aan wel behoefte te hebben aan professionalisering en bijna 10% heeft geen antwoord gegeven. De leerkrachten die wel behoefte hebben aan professionalisering geven aan vooral behoefte te hebben aan het bijhouden van de ontwikkelingen op het gebied van sociale media en online games. Ook willen ze ondersteuning bij de mogelijkheden van het digibord en ondersteuning voor de competenties begrip, communicatie en strategie uit het competentiemodel.

Er is eveneens gevraagd naar in hoeverre leerkrachten behoefte hebben aan professionalisering op het gebied van *onderwijzen* van mediawijsheid. Ongeveer 60% van de leerkrachten geeft aan geen behoefte te hebben aan ondersteuning bij het onderwijzen van mediawijsheid. Bijna 40% geeft aan dat ze er wel behoefte aan hebben. Enkele respondenten hebben de vraag niet ingevuld. De leerkrachten die wel behoefte hebben aan professionalisering geven aan dat het onderwijzen van mediawijsheid op dit moment nog erg basaal is. Het kan volgens hen beter en leuker. Ze willen ook graag meer inzicht in didactische werkvormen rond mediawijsheid en leerlijnen, lesmethodes en/of duidelijke lesdoelen. Ook willen ze graag kennis blijven opdoen van ontwikkelingen op het gebied van onderwijzen van mediawijsheid.

4.3 Conclusie

Aan de leerkrachten zijn de volgende vragen gesteld. Geef aan:

- welke competenties leerlingen goed beheersen
- welke competenties de leerlingen het minst goed beheersen
- welke competenties de leerkrachten de leerlingen het beste kunnen bijbrengen
- welke competenties de leerkrachten het minst in staat zijn bij te brengen
- welke competenties de leerkrachten het vaakst proberen bij te brengen

Waar leerlingen goed in zijn, wordt over het algemeen ook het vaakst onderwezen. Echter, doelen realiseren met media beheersen leerlingen goed, maar wordt niet vaak bijgebracht. Het zou zo kunnen zijn dat leerkrachten ten onrechte denken dat leerlingen deze (en andere) competenties beheersen, en er daarom geen aandacht aanbesteden. De competentie reflecteren op eigen mediagebruik wordt vaak bijgebracht, maar beheersen leerlingen niet goed. Dit zou een aanwijzing kunnen zijn dat onderwijs in deze competentie niet effectief is, of dat het beheersen van deze competentie lang duurt. In elk geval is meer aandacht voor deze competentie in het onderwijs dus van belang.

De competenties zien hoe media de werkelijkheid kleuren, reflecteren op eigen mediagebruik en inzicht hebben in de medialisering van de samenleving beheersen de leerlingen volgens leer-

krachten niet goed, maar kunnen de leerkrachten wel goed bij brengen. Uit de survey kan niet worden opgemaakt hoe het komt dat leerlingen de competenties niet beheersen maar leerkrachten ze wel zouden kunnen bijbrengen. Mogelijke verklaringen zouden kunnen zijn dat leerkrachten de competenties niet bij brengen (wel kunnen, maar niet doen), omdat het niet in het curriculum past bijvoorbeeld, of dat leerkrachten nog niet voldoende tijd hebben besteed aan het bijbrengen van deze competenties zodat een effect nog niet zichtbaar is. Een aanbeveling zou zijn om te achterhalen op welke manier deze drie competenties onderwezen worden en wat het resultaat is.

Begrijpen hoe media gemaakt worden en doelen realiseren met media beheersen leerlingen niet, en kunnen leerkrachten ook niet goed bijbrengen. Als docenten zich hierin niet professionaliseren of er geen materiaal ontwikkeld wordt, krijgt deze competentie geen plek in het onderwijs.

Leerlijnen, materiaal, tijd in curriculum en professionalisering van leerkrachten zou zich volgens de resultaten uit deze survey vooral moeten richten op begrip en strategie. Dit zijn ook de competenties die het minst aan bod komen in de geanalyseerde methodes.

5 Literatuur

5.1 Inleiding

In de huidige samenleving worden wij omringd door televisies, (mobiele) telefoons, computers, internet, etc. Jong of oud: we kunnen er niet om heen, of we nu willen of niet. Ruim 80% van de kinderen tot 6 jaar maakt op één of andere manier al gebruik van screen media (Rideout, Vanderwater en Wartella, 2003; Mijn Kind Online, 2013), thuis en op school. Er zijn voorstanders van computers in de kleuterklas en tegenstanders (Glaubke, 2007). Tegenstanders zeggen dat kinderen leren door middel van rennen, (buiten) spelen en creatief spelen. Ook geven tegenstanders aan dat het nooit aangetoond is dat leren effectiever of beter gaat met behulp van media in de klas. Voorstanders zeggen dat interactieve media het leren van kinderen juist kunnen stimuleren. Of kinderen nu wel of niet via school in aanraking komen met media, thuis worden ze omringd door allerlei media.

Veel media is net zo onzichtbaar als elektriciteit. Het is er gewoon (De Haan en Pijpers, 2010). Omdat we niet kunnen ontkomen aan een ‘digitale wereld’, is het belangrijk om kinderen daar zo goed mogelijk op voor te bereiden. Mediawijsheid is niet zoets als ‘hoe ouder hoe wijzer’ (Potter, 2011). Kinderen van 8 jaar oud kunnen mediawijzer zijn dan kinderen die ouder zijn. Er zijn wel voorwaarden aan mediageletterdheid. Zo moet je kunnen lezen om bepaalde media te kunnen gebruiken. En je moet in staat zijn informatieve en non-informatieve boodschappen van elkaar te onderscheiden.

Jongeren worden vooral mediawijs door het zelf te doen. Veel werken en oefenen met diverse media leiden tot een meer geletterdheid (Daems, Hellemans & Franssen, 2010). Daarbij mag de focus niet alleen op de technische handelingen liggen: ook metacognitieve vaardigheden, zoals evalueren en reguleren moeten ontwikkeld worden.

Aan de hand van nationale en internationale literatuur wordt het competentiemodel in het perspectief van de ontwikkeling van kinderen geplaatst. Wat doen kinderen op een bepaalde leeftijd? Wat kunnen kinderen op een bepaalde leeftijd? Aan welke voorwaarden moet minimaal voldaan worden om mediawijs te worden? De geraadpleegde literatuur beslaat artikelen en boeken van toonaangevende internationale wetenschappers, zoals Kaverie Subrahmanyam, Sonia Livingstone, Vicky Rideout en James Potter. In Nederland is veel onderzoek verricht door Stichting Mijn Kind Online.

5.2 Bewustzijn

De huidige generatie jonge kinderen wordt omringd door media. Televisies, mobiele telefoons, computers, internet en videogames zijn goed toegankelijk voor alle mensen uit de samenleving. Vrijwel elk huishouden in Nederland heeft een televisie, maar liefst 94% van de Nederlanders had in 2012 toegang tot een pc en internet en waren er eind 2011 meer aansluitingen voor mobiele telefonie dan inwoners in Nederland (CBS, 2012). Kinderen groeien dus op in een samen-

leving waarin media een grote rol speelt. Zij zien hun ouders en broers/zussen omgaan met media. De jonge kinderen volgen dat voorbeeld: ze weten niet beter (Hillman & Marshall, 2009).

Televisie

Kinderen tonen al vanaf dat ze ongeveer 4 maanden oud zijn interesse in televisie (Valkenburg, 2002; Potter, 2011). De kleuren, vormen en geluiden zijn fascinerend voor baby's. Vanaf circa twee jaar gaat een kind ook 'inhoudelijk' naar de televisie kijken, mede omdat de woordenschat enorm toeneemt (en door televisie kijken ook weer toeneemt). Voor kinderen tussen 2 en 5 jaar oud is de grens tussen fictie en realiteit nog wel vaag. Soms zijn ze zich ervan bewust dat iets fictie is, maar kunnen tegelijkertijd nog wel erg bang worden van bepaalde programma's (Martens, 2010; Valkenburg 2002). De trucs (special effects) die soms worden toegepast bij fictieve programma's hebben kinderen niet (altijd) door, wat ze angstig kan maken. Deze trucs kunnen kinderen ook ontvankelijker maken voor media-invloeden, bijvoorbeeld reclames. Televisieprogramma's moeten dus vooral concreet zijn, willen jonge kinderen ze echt begrijpen (Martens, 2010).

Kinderen tussen 8 en 12 jaar oud krijgen steeds meer oog voor details en kwaliteit (Valkenburg, 2002). Vanaf circa 8 jaar kunnen kinderen verbanden zien tussen verschillende scènes, motieven achterhalen en gevolgen van gedragingen van tv-personages inschatten (Martens, 2010; Potter, 2011). Vanaf een jaar of tien beseffen kinderen dat televisie een medium is dat geld op kan leveren voor de makers (Potter, 2011). Vanaf dat moment kunnen ze ook een mening gaan vormen over reclame.

Geweld

Op televisie, maar ook in films, youtube-filmpjes en videogames komt geweld voor. Veel ouders maken zich zorgen over de negatieve invloed (met name agressie) van media op het gedrag van kinderen, maar ze handelen er vervolgens niet (altijd) naar (Potter, 2011). Dit kan komen doordat ouders zelf niet mediawijs genoeg zijn en dus niet weten wat ze moeten doen om hun kinderen wel mediawijs te laten worden. Een van de manieren om invloed te hebben op wat kinderen zien, is door bepaalde programma's te verbieden of door met de kinderen mee te kijken (covieving). Onderzoeken over coviewing wijzen niet allemaal in dezelfde richting. Sommige onderzoeken tonen aan dat ouders veel meekijken met hun kinderen; andere onderzoeken tonen juist weer aan dat ouders niet vaak meekijken. Een mogelijke verklaring hiervoor is de onderzoeksmethode (Potter, 2011). In onderzoeken waar *ouders* bevraagd werden, werd aangegeven dat ouders wel degelijk meekijken. In onderzoeken waar *kinderen* bevraagd werden, werd veel minder aangegeven dat ouders meekijken. Anders dan louter meekijken is het actief meekijken. Actief meekijken en praten over de inhoud komt echter veel minder voor dan coviewing (Potter, 2011).

Reclame

Kinderen kunnen vrij gemakkelijk gemanipuleerd worden door middel van reclame. Kinderreclame is dus een bewuste marketingstrategie van bedrijven. Kinderen kunnen zich namelijk al op heel jonge leeftijd ontwikkelen tot honkvaste consumenten. Hoewel ze op televisie letterlijk hetzelfde zien als volwassenen, zijn ze nog niet in staat te discrimineren tussen de diverse inhoud. Pas vanaf een jaar of 6 is het kinderbrein in staat onderscheid te maken tussen reclame versus niet-reclame en informatief versus niet-informatief (Potter, 2011). Vanaf dit moment zijn ze min of meer in staat om zelfstandig verleidingen te weerstaan (Mischel & Mischel, 1983).

Dit doen ze met behulp van metacognitieve strategieën. Ook Piaget stelde in zijn theorie dat peuters en kleuters geen perspectief dan het eigen kunnen innemen. Kinderen tot een jaar of 6 kunnen daarom, als ze naar de tv kijken, ook geen besef hebben van het idee dat de maker van het programma iemand is die een product wil verkopen. Het is daarom ook nog niet van kleuters te verwachten dat zij zien hoe de media de wereld kleuren. Educatie gericht op media-invloeden zou hier rekening mee moeten houden.

Ook op het internet worden kinderen blootgesteld aan reclame. Aan de zijkanten van websites verschijnen aantrekkelijke plaatjes en teksten. Ook kunnen er pop-ups tevoorschijn komen met daarin reclame. Net als op televisie zijn kinderen op het internet niet altijd in staat een onderscheid te maken tussen inhoud en reclame als die op één website tegelijk te zien zijn. Gelokt door vrolijke kleuren en aantrekkelijke animaties klikken kinderen vaak op advertenties die aan de zijkant van websites staan (Gilutz & Nielsen, 2002). Bij wat oudere kinderen ontstaat er juist ergernis over reclame op websites (Kuiper, 2009). Als kinderen ook maar een vermoeden hebben dat iets reclame is, dan wordt de website niet gebruikt, wat niet altijd terecht hoeft te zijn.

Internet

In de 'gewone' wereld worden kinderen blootgesteld aan gevaren: thuis, in het verkeer, in sociale relaties (pesten), etc. Hoewel dat andere gevaren zijn dan gevaren vanuit de media, is in beide gevallen opvoeding, educatie en voorlichting nodig om jongeren hiermee om te leren gaan (Potter, 2011). Uit verschillende onderzoeken is namelijk gebleken dat de online wereld van kinderen en jongeren gerelateerd is aan de offline wereld (Subrahmanyam, 2009). Dat wil zeggen dat er ook online sociale rollen zijn (wachten op beurten, op elkaar reageren op een forum), online spelletjes gespeeld worden en online contacten worden onderhouden via sociale media. Dit verschilt niet wezenlijk van de offline wereld, ware het niet dat er geen fysieke aanwezigheid is. De online wereld is met name voor jongeren vanaf 12 jaar te beschouwen als een verlengstuk van hun offline wereld (Subrahmanyam, 2009). Voor jongere kinderen geldt deze vervaging tussen online en offline wereld in mindere mate, want zij doen online voornamelijk spelletjes en gebruiken het internet voor het maken van huiswerk. Maar ook zij gaan vanaf een jaar of 9 meer tijd besteden aan online sociale relaties. En vanaf 11 jaar neemt de besteedde tijd aan sociale media explosief toe (Rideout, Foehr, Roberts, 2010).

In de offline wereld worden kinderen opgevoed en onderwezen over gevaren in de wereld. Dit is ook nodig in de online wereld. Nederlands onderzoek laat zien dat ruim de helft van de ouders regelmatig met hun kinderen praat over wat de kinderen op het internet doen (Gillebaard & Jager, 2011). Uit een onderzoek van Küter-Luks en collega's blijkt dat kinderen graag meer educatie willen in mediawijsheid. Voor meisjes geldt dit bovendien nog meer dan voor jongens en ze willen vooral meer onderwezen worden in kritisch mediagebruik en media-evaluatie (Küter-Luks, Heuvelman & Peters, 2011).

Mediaboodschappen

Men neemt mediaboodschappen soms over zonder erbij na te denken, denk bijvoorbeeld aan 1-aprilgrappen die in het nieuwsbulletin voorbij komen. Potter (2011) heeft in zijn theorie over mediageletterdheid gesteld dat veel mensen mediaboodschappen waarnemen op de automatische piloot. Er komt dus een mediaboodschap binnen (bijvoorbeeld te meten via hersenactiviteit), maar er wordt vervolgens niets mee gedaan. Televisie kijken en radio luisteren gaat regelmatig op deze manier. Wanneer dan achteraf gevraagd wordt naar details, weten mensen deze niet te benoemen. Bij jongeren is dit fenomeen ook zichtbaar: doelloos langs tv-kanalen zappen of Youtube-filmpjes maar half in je opnemen, omdat je ondertussen ook aan het facebooken

bent. Potter noemt dit de eerste fase binnen het bewustzijn van mediaboodschappen. In de tweede fase is men zich er wel van bewust dat er een boodschap binnenkomt en kan je je achteraf details herinneren. In de derde fase ga je zo in op de boodschap dat je je volledig verbonden voelt met die boodschap. Bijvoorbeeld bij het kijken naar een film, ga je zo op in de film, dat het voelt alsof je er zelf middenin zit. De vierde en laatste fase is die van zelfreflectie. Men is zich bewust van het feit dat er een boodschap binnenkomt en gaat vervolgens actief evalueren. Waarom komt deze boodschap bij mij binnen? Waarom interpreteer ik het op deze manier? Analyseren is dus een vaardigheid die hierbij komt kijken. Vervolgens komt evaluatie aan bod. Daarin wordt een waardeoordeel uitgesproken over de mediaboodschap. Aangezien kinderen cognitief moeten rijpen en pas vanaf 11 jaar realiteit perfect kunnen ordenen, moet men hiermee rekening houden in educatie over mediabewustzijn (Potter, 2011).

5.3 Gebruik

Een van de belangrijkste voorwaarden van het kunnen meedraaien in een digitale samenleving is het kunnen gebruiken van media. De computer of het tablet moeten aangezet worden, de muis en het toetsenbord moeten worden bestuurd, etc. Deze technische vaardigheden krijg je niet mee bij de geboorte; ze moeten ontwikkeld worden.

Computer

Kinderen komen al jong in aanraking met de digitale wereld. Uit een Amerikaanse studie van Rideout, en collega's (2003) blijkt dat één op de tien kinderen onder de twee jaar ooit al eens met een computer heeft gewerkt. Heel jonge kinderen zitten echter niet dagelijks achter een computer (Calvert, Rideout, Woolard, Barr, & Strouse, 2005). Van de kinderen tot 1 jaar heeft 33% wel eens met een tablet gespeeld (Stichting Mijn Kind Online, 2013). Ongeveer 70% van de kinderen tussen vier en zes jaar heeft ooit al eens met een computer gewerkt, al dan niet bij een ouder op schoot. Ruim een kwart van de 4-6-jarigen uit de studie van Rideout en collega's is meerdere malen per week actief op een computer. Tweederde van deze kinderen is zelf in staat de muis te bedienen. Veertig procent van de kinderen is in staat zelf een CD-ROM in de computer te stoppen en op te starten. Drie jaar later is het onderzoek herhaald en bleken de percentages omhoog gegaan te zijn (Rideout, Hamel & Kaiser Family Foundation, 2006). Ruim 40% van de 4-6-jarigen gebruikt meerdere malen per week een computer (27% in 2003).

Wat betreft het internetgebruik doen kinderen vanaf ongeveer 8-jarige leeftijd vooral spelletjes op de computer (Livingstone & Helsper, 2007; Pijpers en Martijn, 2008; Hasebrink, Livingstone, Haddon, & Olafsson, 2009). In mindere mate wordt de computer voor schoolwerk gebruikt en creatief zijn (tekenen of verhalen schrijven). Rideout en collega's (2010) constateerden eveneens dat kinderen in deze leeftijdsgroep de meeste tijd online besteden aan het spelen van spelletjes.

Jonge kinderen maken niet veel gebruik van e-mail. Slechts 17% van de kinderen tussen 4-6 jaar oud heeft, met behulp van ouders, *incidenteel* gebruikgemaakt van e-mail (Rideout, et al., 2003)³. Kinderen van 8-10 jaar oud gebruiken e-mail met steeds meer regelmaat. Gemiddeld besteden zij 2 minuten per dag aan het sturen van e-mails. Het aantal minuten per dag loopt

3 Hoewel het onderzoek wat gedateerd is, valt te verwachten dat het percentage niet toeneemt. Dit heeft te maken met de beperkte lees- en schrijfvaardigheden van kinderen in deze leeftijdsgroep.

verder op naarmate de kinderen ouder worden. In de leeftijdscategorie 11-14 wordt al zo'n 7 minuten per dag besteed aan het lezen en versturen van e-mails (Rideout, et al., 2010). Ook uit Europees onderzoek blijkt dat kinderen, naarmate ze ouder worden, meer tijd online besteden. In Nederland maakt 80% van de 8-jarigen gebruik van internet (Hasebrink, et al., 2009). Uit Nederlands onderzoek is ongeveer hetzelfde gebleken, namelijk dat 83% van de 6-10 jarigen regelmatig online is (De Haan, Kuiper en Pijpers, 2010). Op 12-jarige leeftijd gebruikt vrijwel elk kind internet (Hasebrink, et al., 2009).

Mobiele telefoon

Uit de studie van Rideout (2010) blijkt dat ruim 30% van de kinderen tussen 8-10 jaar oud een eigen mobiele telefoon heeft. In de categorie 11-14 is dat zelfs bijna 70%. Uit Deens onderzoek blijkt dat bijna 60% van de kinderen in Europa tussen 7 en 15 jaar een eigen mobiele telefoon heeft (Hasebrink, et al., 2009). In Nederland heeft een kwart van de 8-jarigen een mobiele telefoon (Duimel, 2010). Op het moment dat kinderen naar de middelbare school gaan, heeft vrijwel elk kind een mobiele telefoon. Basisschoolkinderen hebben vooral een mobiele telefoon wegens de veiligheid. Dit geldt ook, maar in mindere mate, voor tieners. De meeste kinderen hebben een mobiele telefoon met pre-paid tegoed. Zo kunnen ouders het bel- en internetgedrag reguleren. Naarmate kinderen ouder worden, hebben ze vaker abonnementen.

Televisie

Kinderen tonen al op zeer jonge leeftijd (4 maanden) interesse in televisie (Valkenburg, 2002). Hoewel (Amerikaanse) instanties adviseren om kinderen jonger dan 2 jaar geen tv te laten kijken, heeft bijna driekwart van de kinderen onder de twee jaar wel eens tv gekeken (Rideout, et al., 2003). Dit blijkt ook uit Nederlands onderzoek: 75% van de kinderen van 0 tot 3 jaar kijkt regelmatig naar de televisie. Naarmate kinderen ouder worden, gaan ze vaker en langer televisie kijken. Vrijwel alle kinderen kijken *regelmatig* naar de televisie. Van de kinderen van 4-6 jaar oud, kijkt bijna driekwart *dagelijks* naar de televisie (Mijn kind online, 2013). Op 8-jarige leeftijd kijken kinderen dagelijks, gemiddeld 2,5 uur naar de televisie (Rideout, et al., 2010).

Een groot deel van de kinderen (75%) van 0-6 jaar kan zelf de televisie aanzetten, iets minder kinderen vragen al naar een bepaald programma en nog iets minder kinderen (ruim 60%) gebruikt de afstandsbediening om van kanaal te wisselen (Rideout, et al., 2003).

Oriënteren (lezen)

Niet alleen technische vaardigheden spelen een rol, ook instrumentele vaardigheden, zoals lezen zijn van belang voor het gebruik (en begrip) van media. Kleuters kunnen doorgaans nog niet lezen. Wel is er sprake van ontluikende geletterdheid: kinderen weten al wel dat er communicatie mogelijk is (Verheyden, 2004). Kinderen die niet kunnen lezen, kunnen wel reageren op zogenaamde woordbeelden zoals 'ok' en 'stop' (Levy, 2009). Op die manier zijn ze wel in staat bepaalde kindvriendelijke websites te bezoeken. Ook kunnen kinderen leren welke pictogrammen ze moeten gebruiken om ergens te komen.

Vanaf een jaar of 6 leren kinderen lezen. Vanaf dat moment neemt de mogelijkheid zich te oriënteren in de media enorm toe. Kinderen kunnen websites lezen, doorklikken, etc. Vanaf circa 8 jaar gebruiken kinderen internet onder meer voor het maken van schoolwerk (Livingstone & Helsper, 2007). Eerder is aangetoond dat de oudste kinderen in de basisschoolleeftijd online spelletjes spelen, actief zijn op sociale netwerksites en gebruikmaken van e-mail. Het is daarom te verwachten dat zij zich redelijk kunnen oriënteren binnen media.

Hardware

Hardware voor computers is niet zonder meer voor kinderen geschikt. Het moet robuuster en flexibeler zijn dan de hardware voor volwassenen (Plowman & Stephen, 2003). Inmiddels zijn er speciale kindertoetsenborden beschikbaar. Deze bevatten minder knoppen en de knoppen zijn van verschillende kleuren voorzien. Zo zijn de klinkers en medeklinkers te onderscheiden met verschillende kleuren. Ook bestaan er speciale kindermuizen, die iets kleiner zijn qua formaat en waar de scroll-knop weggelaten is.

5.4 Communicatie

In onze samenleving kan je op alle momenten op alle manieren informatie ontvangen. Je kunt (passief) informatie ontvangen door tv te kijken of door naar de radio te luisteren, maar je kunt ook zelf actief op het internet zoeken naar informatie. Alleen al Google kan al meer dan een biljoen internetpagina's vinden. Ook via sociale media komt een heleboel informatie op ons af. Nieuws verspreidt zich als een lopend vuurtje. Omdat informatie van alle kanten komt, is het belangrijk daar goed mee om te kunnen gaan (Kuiper, 2010). Deze eigenschap wordt steeds belangrijker en ook kinderen kunnen en moeten het leren.

Informatie zoeken en verwerken

Informatieverwerkingsprocessen zijn complex. Er komen verschillende vaardigheden bij kijken: instrumentele vaardigheden, zoals lezen en metacognitieve vaardigheden zoals aandacht, voorkennis en (werk)geheugen.

Lezen is een belangrijke voorwaarde voor het kunnen opzoeken en verwerken van informatie. In het gebruik van digitale media onder jonge kinderen is dan ook te zien dat vanaf circa 8 jaar, kinderen internet gaan gebruiken voor schoolwerk (Rideout, et al., 2010). Lezen is op de basisschool is vooral georiënteerd op het lezen van geprinte teksten. Lezen van geprinte teksten is echter wat anders dan lezen van digitale teksten (Levy, 2009; Sutherland-Smith, 2002). Zo zijn hypertexten niet lineair en kan men doorklikken in de tekst (Sutherland-Smith, 2002). Omdat er zoveel informatie beschikbaar is via internet, wordt het leren selecteren en beoordelen van informatie steeds belangrijker. Het aanleren van leesstrategieën van geprinte teksten is onderdeel van het Nederlandse curriculum; het aanleren van (flexibele) leesstrategieën die nodig zijn bij het begrijpen van online teksten komt niet voor, blijktens het ontbreken van kerndoelen over dit onderwerp.

In het voortgezet en hoger onderwijs is al veel onderzoek verricht naar strategieën die leerlingen gebruiken bij het opzoeken van informatie (Brand-Gruwel, Wopereis & Walraven, 2009; Walraven, Brand-Gruwel & Boshuizen, 2009; Walraven, Brand-Gruwel & Boshuizen, 2012). Het internet is een belangrijke informatiebron geworden voor jongeren. Vaker wordt het internet geraadpleegd dan boeken (Kuiper, Volman en Terwel, 2008). Kuiper en collega's hebben op basis van literatuur drie vaardigheden gedestilleerd die van belang zijn voor internetgeletterdheid: zoekvaardigheden op het internet, leesvaardigheden op het internet en evaluatievaardigheden op het internet. Deze vaardigheden zijn onderzocht bij leerlingen uit groep 7. Het is gebleken dat ze vooral *Google* gebruiken om te zoeken op het internet. Eén van de belangrijkste subvaardigheden hierbij is het gebruik van de juiste zoektermen. Kinderen typen regelmatig de

gehele (onderzoeks)vraag in en zien niet in dat woorden als ‘de’ en ‘het’ niet relevant zijn voor de zoekresultaten.

Als leesstrategie gebruikten de kinderen vooral scannend lezen. Het bleek ook dat er veel niet gelezen werd. Relevante informatie werd over het hoofd gezien (terwijl het duidelijk aangegeven stond), slechts delen van websites werden gelezen en websites met veel en ingewikkelde teksten werden overgeslagen. Leerlingen die heel specifiek de opdracht kregen het antwoord op een bepaalde website te zoeken, bekeken de website veel specifiekere dan wanneer ze vrij mochten zoeken. Hieruit kan geconcludeerd worden dat leerlingen wel de vaardigheden bezitten om nauwkeurig te zoeken, maar dat het uiteindelijke zoekgedrag afhangt van de opdracht. Dit is ook te zien bij de evaluatie van de informatie op websites. Hoewel kinderen kritisch kunnen zijn op de informatie uit geprinte teksten, doen ze dit op websites vrijwel niet. Evaluatie van een website gebeurde dan ook voornamelijk op basis van bruikbaarheid voor de opdracht.

De conclusie van het onderzoek is dat het strategieën van leerlingen niet consistent zijn. In de ene opdracht beschikken ze wel over de strategie, in de andere opdracht gebruiken ze hem niet, maar is het wel nodig. De evaluatie van websites is meestal alleen opdrachtgericht: staat het antwoord er of niet. Op basis van dit onderzoek zou men in media-educatie meer aandacht kunnen besteden aan de transfer van strategieën.

Uit een onderzoek van Küter-Luks en collega's (2011) blijkt dat kinderen meer educatie willen in mediawijsheid, ook al zijn ze technisch al heel sterk. Met een vragenlijst werd onder meer de attitude ten aanzien van media onderzocht. Het onderzoek is uitgevoerd bij 257 kinderen in de leeftijd van 9 tot 12 jaar. De meeste kinderen gaven aan dat zij de taak van internet zien als educatief. Ook staan ze sceptisch tegenover de informatie op het internet. Dit is in tegenspraak met het onderzoek van Kuiper en collega's. Een verklaring hiervoor is dat kinderen mogelijk wel weten dat informatie op het internet onbetrouwbaar *kan* zijn, maar dat ze niet weten hoe ze moeten beoordelen of informatie onbetrouwbaar is.

Content creëren

Traditionele media, zoals radio en televisie, zijn eenrichtingsverkeer. Internet is een voorbeeld van tweerichtingsverkeer (De Haan en Pijpers, 2010). Iedereen kan zowel inhoud lezen als toevoegen. Bekende voorbeelden zijn de online encyclopedie Wikipedia en de filmpjeswebsite Youtube. Sociale netwerksites en blogs vallen hier ook onder. Informatie op dergelijke websites wordt ook wel ‘user generated content’ genoemd (Picone, 2010).

Bij het creëren van *content* is het belangrijk dat de gebruiker de gevolgen kan overzien (Picone, 2010). Men moet zich bijvoorbeeld afvragen of het verstandig is om bepaalde foto's op het internet te zetten of tegen je baas zeggen dat je ziek bent, maar via sociale netwerksites laten weten dat je op vakantie bent.

Het valt niet te verwachten dat jonge kinderen een bijdrage kunnen leveren aan de inhoud op het internet. Een cruciale voorwaarde is namelijk dat men het lezen en schrijven onder de knie heeft. In de bovenbouw van de basisschool hebben kinderen dat, en dan zie je ook een toename in het gebruik van sociale netwerksites (Mijn Kind Online, 2009). Overigens heeft deze toename ook een sociaal-emotionele reden, maar daar gaan we later op in.

Sociale netwerksites

Er is zeer weinig onderzoek gedaan naar het gebruik van sociale media bij kinderen jonger dan 8 jaar. Dit heeft onder meer met lees- en schrijfvaardigheden te maken (Mijn Kind Online,

2009). Rideout en collega's (2010) constateerden dat kinderen vanaf 8 à 9 jaar oud al actief zijn op sociale netwerksites. Deze jonge kinderen zijn gemiddeld 5 minuten per dag actief op sociale netwerksites. Vanaf een jaar of tien neemt dat explosief toe naar gemiddeld 29 minuten per dag. Ruim 40% van de kinderen in de leeftijd van 11 tot 14 jaar bezoekt regelmatig een sociaal netwerksite. Uit Nederlands onderzoek is gebleken dat een derde van de 8-jarige kinderen een profiel op Hyves heeft (Mijn Kind Online, 2009). Bij de 12-jarigen is dat al 75%. Veel van deze kinderen hebben volwassene familieleden in hun vriendengroep.

De aantrekkingskracht van sociale netwerksites is dat tieners een grote behoefte hebben aan zelfpresentatie en zelfonthulling (Valkenburg en Peter, 2010). Via internet kunnen tieners dit oefenen. En een andere reden waarom tieners hun toevlucht zoeken tot het internet is dat er met name voor de jongere tieners meer restricties gelden in het uitgaan en vrienden bezoeken. Via sociale media zijn vrienden dan toch te bereiken. Aan de andere kant is het internet een 'veilige' omgeving. Je hoeft jezelf niet helemaal bloot te geven. Bovendien kan je via internet makkelijker experimenteren met je identiteit.

Er schuilen ook gevaren in sociale media. Je kunt teveel informatie van jezelf op het internet zetten. Uit onderzoek van Mijn Kind Online blijkt dat 25% van de 12- en 13-jarige kinderen hun achternaam toont op het internet. Ook een kwart laat weten op welke school ze zitten. Hoe ouder de kinderen worden, hoe meer privacygevoelige informatie ze laten zien (Lenhart en Madden, 2007). Valkenburg en Peter (2010) stellen dat de bescherming van kinderen bij online communicatie primair bij de ouders ligt. Ouders vinden het echter moeilijk om mee te gaan in de snelle veranderende digitale wereld en begrijpen niet altijd wat hun kroost doet. Valkenburg en Peter stellen echter dat het ook online, vaak nog over dezelfde tienerproblemen gaat: verliefdheid, onzekerheid, pesten, etc. En daar kunnen ouders wel met hun kinderen over praten. Eventueel kan het onderwijs ondersteuning bieden door over dergelijke problemen in gesprek te gaan, net zoals bij bijvoorbeeld pesten op de basisschool.

5.5 Strategie

Reflecteren op eigen mediagebruik

Jongeren zijn zich niet altijd bewust van hun eigen mediagebruik. Uit een studie onder adolescenten blijkt dat obsessief dwangmatig internetgebruik bij zo'n 4-8% van de internetgebruikers voorkomt (Van den Eijnden, Spijkerman, Vermulst, Van Rooij en Engels, 2010). De onderzoekers waren vooral op zoek naar wat de invloed van ouders (en manier van opvoeden) kon zijn op het overmatig internetgebruik. Uit de studie is gebleken dat de kwaliteit van de communicatie een grotere rol speelt bij het terugdringen van overmatig internetgebruik dan de frequentie van communiceren. Jongeren die zich begrepen en serieus genomen voelen, hebben minder kans om obsessief internetgebruik te ontwikkelen. Adolescenten die heel strikte tijdsbeperkingen opgelegd kregen, hebben een grotere kans op het ontwikkelen van obsessief internetgebruik. Resultaten voor jongere kinderen zijn niet bekend, maar wellicht moet er al van jongs af aan aandacht worden besteed aan de communicatie tussen ouder en kind. Een kritische noot bij deze studie is dat alleen de adolescenten zijn ondervraagd. Uit andere studies blijkt dat ouders en jongeren een ander beeld van internetgebruik kunnen hebben (zie onder meer Ferdinand, Van der Ende & Verhulst, 2004; Potter, 2011).

Uit een Amerikaanse studie van Rideout en collega's (2010) blijkt dat 97% van de kinderen tussen 8 en 10 jaar oud regels heeft voor het gebruik van een of meerdere media. Bijna een derde van de kinderen heeft regels voor het gebruik (inhoud) van de computer en de televisie. Ook heeft bijna 40% van de kinderen regels over de tijdsduur van het mediagebruik. Uit ander onderzoek (Hagen, 2007; Wang, Bianchi en Raley, 2005) blijkt eveneens dat de regulatie van het mediagebruik vooral door ouders opgelegd is en niet door de kinderen zelf. Naarmate de kinderen ouder worden, krijgen ze steeds minder regels opgelegd (Rideout, et al., 2010), en wordt meer beroep gedaan op zelfregulatie. Dit wordt bevestigd door ander het onderzoek van Wang en collega's (2005). Hoe ouder kinderen worden, hoe minder er gemonitord wordt door ouders. Hoogopgeleide ouders gebruiken minder vaak dan laagopgeleide ouders software om het internetgedrag van hun kinderen in de gaten te houden. Een verklaring hiervoor is volgens Wang en collega's dat hoogopgeleide ouders zichzelf meer in staat achten de kinderen in de gaten te houden en dat ze daarvoor geen software nodig hebben.

Niet alle ouders leggen dezelfde restricties op: het hangt af van het opleidingsniveau, het geslacht, de vaardigheden van de ouder zelf en de opvoedstijl (zie onder meer Bumpus en Werner, 2009; Valcke, Bonte, De Wever en Rots, 2010; Van den Eijnden, et al., 2010;). Uit het onderzoek van Hagen (2007) blijkt dat kinderen vaak wel proberen te onderhandelen over de regels die zijn opgelegd. Daarbij reageren vaders (meer zorgen over de inhoudelijke kant) anders dan moeders (meer zorgen over de tijdsduur). Volgens Hagen is het een taak van ouders om, samen met kinderen, een balans te vinden in mediagebruik (inhoud en tijd) en om de kinderen uiteindelijk zelf in staat te laten zijn het mediagebruik te reguleren.

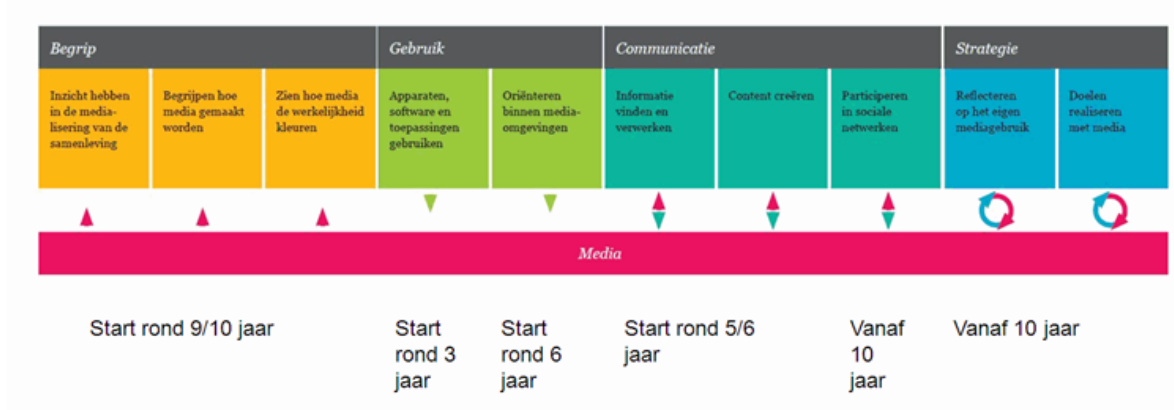
Meerdere onderzoekers concluderen dat er niet alleen gefocust moet worden op de technische vaardigheden. Jongeren bezitten die zeer snel, waardoor ze kunnen gaan denken dat ze heel mediawijs zijn. Echter, er moet ook aandacht worden besteed aan reflecterende en regulerende vaardigheden (Buckingham, 2007; Küter-Luks, et al., 2011).

Doelen en media

In de literatuur is niet zoveel aandacht besteed aan de doelen die kinderen hebben bij het gebruik van media. Voor basisschoolkinderen zal mediagebruik als doel hebben het opzoeken van informatie zijn. Andere doelen zijn spelletjes, ter vermaak.

5.6 Conclusie literatuur

Op basis van de literatuurstudie komen we tot de volgende indeling tussen competenties en leeftijd voor het onderwijzen van deze competenties:



Bijlage 1 – Inventarisatie methodes primair onderwijs

Bestaande methodes ‘mediawijsheid voor leerlingen’ worden geanalyseerd aan de hand van de competentieniveaus van het competentiemodel voor mediawijsheid van Mediawijzer.net. Het competentiemodel is het analysekader en de ‘bril’ waarmee gekeken wordt naar de methodes. Welke competenties worden (wel en niet) behandeld in de methode en hoe worden ze behandeld en getoetst?

Hieronder worden de methodes voor mediawijsheid of waarin mediawijsheid een onderdeel is besproken. Deze methodes zijn gevonden via educatieve uitgeverijen, de site internetwijzerbao.nl en door tips via LinkedIn en Twitter. Tevens zijn er onder andere verscheidene lesbrieven mediawijsheid beschikbaar en zijn er bibliotheken die mediacoaches in dienst hebben die lessen mediawijsheid geven in de bibliotheek of op basisscholen. Deze initiatieven worden niet weergegeven in onderstaande.

ICT-vaardigheden vallen niet in het model voor mediawijsheid, maar zijn wel voorwaardelijk voor de vaardigheden beschreven in het model voor mediawijsheid. Voorbeelden van ICT-vaardigheden die in deze methodes naar voren komen zijn: Tekstverwerken – Zorgen voor een mooie lay-out en illustraties – De computer leren kennen – Schrijven met Wordpad – Paint – Tekst opmaken – Presenteren met PowerPoint – Rekenen met Excel – Toetsenbord leren kennen. De methodes die zich richten op ICT-vaardigheden worden verder niet uitgebreid besproken.

1. **Blits, methode voor studievoordigheden van uitgeverij Delubas**

Blits is een doorlopende methode en biedt een programma van één les per week, voor groep 5 tot en met 8. In totaal 32 lessen per leerjaar. De leerstof is verdeeld in vier lesblokken van acht lessen. Elk lesblok wordt afgesloten met een toets die aansluit bij de toetsen studievoordigheden van het Cito. In groep 5 worden alle leerstofonderdelen geïntroduceerd en aangeboden. Na groep 5 wordt de leerstof elk jaar herhaald en verder uitgebreid. De leerstof van *Blits* sluit aan bij de kerndoelen 4, 6 en 7.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|-------------------------|--------------------------------|
| Beoordelen van tekst op bruikbaarheid, feiten, meningen en conclusies | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Kiezen van een geschikte bron en ingang, kiezen van trefwoorden; onderscheiden van en omgaan met specifieke naslagwerken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

2. ZIP informatieverwerking van uitgeverij Delubas

ZIP kan gezien worden als intensieve training die ingezet kan worden voor de CITO-toetsen worden afgenomen en is bedoeld voor kinderen in groep 7 of 8. Het boekje sluit af met enkele proeftoetsen. De lesstof van ZIP sluit aan bij de kerndoelen 4, 6 en 7.

| | Competentiegroep | Competentie |
|------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Zoeken van informatie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Interpreteren van informatie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

3. Digiwijs van uitgeverij Eduforce

Digiwijs is een praktisch gerichte computercursus voor kinderen waarmee ze leren hoe ze op school met de computer kunnen werken. Naast aandacht voor mediawijsheid komen in de cursus ICT-vaardigheden uitgebreid aan bod. Het cursusboek omvat twaalf lessen en is gemaakt voor leerlingen in de bovenbouw. Na iedere les vullen de leerlingen een Wat weet ik al?-kaart in, waarmee kennis en vaardigheden worden getoetst. De cursus is gemaakt voor leerlingen in de bovenbouw, maar is met aangepaste instructies ook bruikbaar voor jongere leerlingen. Er wordt niet gemeld bij welke kerndoelen Digiwijs aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Internet: - zoekmachines - Google: een internationale zoekmachine - plaatjes van het internet halen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| E-mail: - Outlook express: berichten verzenden - berichten ontvangen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |

4. AaBeeCee van uitgeverij Instruct

Kinderen in groep 5 tot en met 8 kunnen dit programma volgen. Het einddoel is het maken van een werkstuk. Naast mediawijsheid komen ICT-vaardigheden uitgebreid aan bod. Elke les wordt afgesloten met een digitale toets, waarin leerlingen maximaal tien meerkeuzevragen en/of aanwijsvragen moeten beantwoorden. Er wordt niet gemeld bij welke kerndoelen de lesstof aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Informatie zoeken met Internet Explorer: - zoeken op gevoel - zoeken via verzamelpagina's - zoeken met zoekmachines - zoeken op categorie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| E-mailen met Outlook Express, Windows Mail, Outlook Web Access of Windows Live Hotmail: - berichten verzenden, ontvangen en lezen - berichten beantwoorden | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Werkstukken maken op de computer: - informatie verzamelen via internet en e-mail | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

5. Mediawijs! van uitgeverij Schoolsupport

Mediawijs!? is deel van de Lach en Leer-serie. Dit boekje is geschikt voor leerlingen vanaf groep 4. Er wordt niets over toetsen gemeld en er wordt niet gemeld bij welke kerndoelen de lesstof aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--------------------------------|------------------|---|
| Sociale netwerken | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Surfen op Internet | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren |
| Chatten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Googelen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Bloggen | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| | Communicatie | Content creëren |
| Omgaan met de mobiele telefoon | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |

6. Voor Kids van uitgeverij Schoolsupport

Voor Kids is een serie boeken waarin verschillende vaardigheden aan bod komen: mindmappen, schoolprojecten maken, fotografie, sociale media en computerspellen maken. De boeken zijn inzetbaar als extra uitdagend materiaal voor kinderen van acht tot en met twaalf jaar en ook te gebruiken bij projectweken en als voorbereiding op werkstukken. Er wordt niets gemeld over toetsen of over bij welke kerndoelen de lesstof aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Sociale media: - waarschuwingen voor kinderen (pesten, maskers, seks en internet, commercie, applicaties installeren, e-mailadres, wachtwoorden) - Skype - Windows Live Messenger (MSN) - Twitter - sociale netwerksites (tien geboden, ken je vrienden, Habbo, Hyves, Facebook) - YouTube - games - Marktplaats en Ebay | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| | Communicatie | Content creëren |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Schoolprojecten maken: - informatie zoeken (betrouwbare sites, zoekmachines, advertentiepagina's, Wikipedia, Google Translate) - documenten verspreiden (afdrukken, pdf maken, verspreiden via internet) | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Strategie | Doelen realiseren met media |
| Fotograferen: - foto's uploaden, bewerken en delen | Communicatie | Content creëren |
| GameMaker - zelf een spel maken en bepalen hoe het eruit ziet en wat voor spel het is | Communicatie | Content creëren |

7. Schoolpaspoort Internet van uitgeverij Schoolsupport

Schoolpaspoort Internet biedt elke leerling vanaf groep 6 een korte, complete cursus op het gebied van informatie vinden en verwerken. De cursus bestaat uit meer dan twintig verschillende opdrachten met het maken van een werkstuk als laatste opdracht. Een vol paspoort geeft kinderen voldoende bagage om internet als middel in te zetten om informatie te zoeken en te verwerven over allerlei onderwerpen. Er wordt niets over toetsen of kerndoelen gemeld.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--------------------------------|------------------|--------------------------------|
| Informatie zoeken en verwerven | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

8. Ajodakt Informatieverwerking van uitgeverij ThiemeMeulenhoff

Ajodakt Informatieverwerking is ontwikkeld voor leerlingen in groep 5 tot en met 8. Elk boekje bevat 23 taken, waarvan vier toetsen. Er wordt niet vermeld bij welke kerndoelen de lesstof aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|--------------------------------|
| Verkregen informatie leren interpreteren | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

9. SchoolBits

SchoolBits is een vervolg op BasisBits (waarin ICT-vaardigheden behandeld worden). Naast mediawijsheid wordt er ook in SchoolBits uitgebreid aandacht besteed aan ICT-vaardigheden. Leerlingen kunnen vanaf groep 5 of 6 met de katernen van SchoolBits werken. Bij de meeste katernen wordt een toets afgenomen waarin de belangrijkste vaardigheden allemaal terugkomen. Er wordt niet vermeld bij welke kerndoelen de lesstof aansluit.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Internet: - vaardigheden om niet te verdwalen op internet | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Doeboek internet: - bouwen van een website - foto's publiceren op eigen website - weblog opzetten - versturen van digitale kaarten | Communicatie | Content creëren |

10. Reclame Rakkers van Stichting Media Rakkers

Het lesmateriaal is geschikt voor groep 4 tot en met 8. Het lespakket is een kortlopende methode van gemiddeld tien uur, met vier verschillende modules, de eerste drie modules bestaan uit twee opdrachten en de laatste module bevat drie opdrachten. Daarnaast sluit het lespakket aan bij leergebied overstijgende streefdoelen, namelijk: het ontwikkelen van een goede werkhouding, uitdrukken van eigen gedachten en gevoelens, reflectie op eigen handelen en leren, verwerven en verwerken van informatie, respectvol luisteren en kritiseren van anderen, ontwikkelen van zelfvertrouwen, respectvol en verantwoordelijk omgaan met elkaar en zorg voor en waardering van de leefomgeving. Over toetsen wordt niets gemeld. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|------------------|---|
| Leerlingen worden bewust wat media zijn en wanneer ze zijn ontstaan | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen worden bewust van hun eigen mediagebruik en voorkeuren | Strategie | Reflecteren op eigen mediagebruik |
| De leerlingen leren het begrip ‘doelgroep’ kennen en leren doelgroepen benoemen bij verschillende media | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| De leerlingen laten zien hoe media er volgens hen in de toekomst uitziet | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| Leerlingen ontwikkelen een basisbegrip over de betekenis en doelstellingen van reclame | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Herkenning van en kennis over de onderdelen waar reclame uit is opgebouwd | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Begrip over het waarom en hoe deze onderdelen worden toegepast om de doelstellingen van reclame te bereiken | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Begrip van hoe reclames gemaakt worden | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Bewustwording van de redenen voor het gebruik van bekende mensen in reclame en andere vormen van reclame | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Begrip en kennis van het instituut reclame met alle partijen die daarbij een rol spelen | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Begrip en kennis van de rol en de doelstellingen die de afzonderlijke partijen hebben | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren |
| Ontwikkelen van een kritische attitude ten opzichte van de commerciële omgeving | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |

11. Media Makers van Stichting Media Rakers

Het lesmateriaal is geschikt voor groep 6, 7 en 8. De lessen zijn ingedeeld in vier modules en het hele programma duurt ongeveer elf uur. Leerlingen krijgen een MediaWijs-diploma. Er wordt niets gemeld over kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|------------------|---|
| Leerlingen krijgen inzicht in de verschillende mediavormen | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Leerlingen krijgen inzicht in de ontwikkelingen van de verschillende mediavormen door de tijd heen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| Leerlingen worden zich bewust van hun eigen huidige mediagebruik | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| Leerlingen krijgen inzicht in de doelstellingen van mediamakers | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Leerlingen krijgen inzicht in de doelgroepen van de mediamakers | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Leerlingen krijgen inzicht in hoe mediaboodschappen gemaakt worden en leren deze boodschappen op een bewuste en kritische wijze te beoordelen op mate van realiteit | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Leerlingen leren op een bewuste en kritische wijze mediabronnen en -boodschappen op waarde te schatten | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Leerlingen leren hoe zij informatie kunnen opzoeken, hoe zij het beste kunnen selecteren, vergelijken en filteren | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Leerlingen leren op een verantwoorde manier media-inhoud te consumeren en te produceren en worden zich bewust van de consequenties van hun eigen mediagedrag | Strategie | Reflecteren op eigen mediagebruik |
| | Communicatie | Content creëren |

12. MonsterMedia

MonsterMedia is media-educatie vormgegeven als een game voor groep 7 en 8. Het lesprogramma kan in drie varianten ingezet worden: small, medium, large. Deze varianten verschillen in de hoeveel tijd er voor de les nodig is, gemiddeld is dit 50 minuten per les. Het lesprogramma bestaat uit negen lessen. Er wordt niet gemeld of de lesstof aansluit bij de kerndoelen en of er toetsen beschikbaar zijn.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|------------------|---|
| Kinderen leren over de geschiedenis van de belangrijkste media in de huidige maatschappij, zodat ze weten waar deze media vandaan komen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| Kinderen leren media-uitingen te evalueren met behulp van analysevragen, zodat ze in staat zijn hierover een onderbouwde mening te geven | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Kinderen leren informatie te verzamelen en selecteren | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Kinderen leren actief om te gaan met de media om hen heen, zodat ze een beeld krijgen van de processen die schuilgaan achter de media die hen dagelijks omringen, en zodat ze zelf dingen kunnen publiceren met behulp van (interactieve) media | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| | Communicatie | Content creëren |

13. Spangas Mediawhizz

Het lespakket bestaat uit 5 lessen. De lessen kunnen los van elkaar worden gegeven of als serie en zijn bedoeld voor de bovenbouw van het basisonderwijs. Er wordt niet gemeld over toetsen of kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---------------------------------------|
| Reflecteren op eigen handelen en gedrag bij gebruik van digitale media | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| Informatie zoeken op het internet | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Chatten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Reflecteren op online imago | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Wat voor digitale mediagebruiker ben je | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| Welke afspraken zijn er m.b.t. het gebruik van internet | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

14. MediaRoute van CineKid

De MediaRoute is ontwikkeld voor groep 1 tot en met 8. De activiteiten van media-educatie volgen elkaar jaarlijks stapsgewijs op en zo wordt een doorgaande ontwikkeling van kennis en vaardigheden gewaarborgd. Binnen het brede spectrum van media heeft de MediaRoute zijn focus op: 1) audiovisuele media en 2) visuele geletterdheid. Er zijn drie verschillende MediaRoutes, variërend in intensiviteit. Het gemiddeld aantal uur dat groepen bezig zijn bouwt zich op van ongeveer drie uur in de kleuterklas tot ongeveer twintig uur in de hoogste groepen. Er wordt niet gemeld over toetsen. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie | In welke groep? |
|--|------------------|---|--------------------|
| Leren over de samenstelling van media | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 1/2, 3/4, 5/6, 7/8 |
| Leren over de rol van media in de samenleving | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 5/6, 7/8 |
| Leren over media-inhoud als geconstrueerde werkelijkheid | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 5/6, 7/8 |
| Leren over stereotypering in media | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 3/4, 5/6 |
| Leren over de invloed van media op jezelf | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 5/6, 7/8 |
| Kritische evaluatievaardigheden leren | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 5/6, 7/8 |
| Leren bewust met media om te gaan | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 3/4, 5/6 |
| Leren verschillende technologieën te gebruiken | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1/2, 3/4, 5/6, 7/8 |

15. MediaSpoor

MediaSpoor is een doorlopende methode voor groep 1 tot en met 8 met lespakketten voor groep 1/2, groep 3/4 en groep 5/6. De lesmodules voor groep 7 en 8 zijn nog in ontwikkeling. Het lespakket Melle de Muis is ontwikkeld voor groep 1/2 en bestaat uit vijf lessen. Het lespakket Ewout de Eekhoorn is ontwikkeld voor groep 3/4 en bestaat ook uit vijf lessen. De lesmodule Bureau Meesterversalers is ontwikkeld voor leerlingen van groep 5/6 en bestaat uit drie lessen, waarvan er één les in de bibliotheek plaatsvindt. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen. Er wordt niets gemeld over toetsen.

| | Competentiegroep | Competentie | In welke groep? |
|---|------------------|---|-----------------|
| Verkennen verschillende media en expressiemiddelen om een verhaal mee te vertellen, zowel dichtbij als op afstand | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 1/2, 3/4 |
| Aandachtig onderzoeken van bronnen: bekijken, luisteren, zoeken, conclusies trekken | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 5/6 |
| | Communicatie | Informatie vinden en bewerken | |
| Bewust worden van de invloed van klassieke en moderne mediabronnen | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 5/6 |
| Leerlingen leren wanneer het bewerken van een foto wel/niet is geoorloofd | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik | 5/6 |
| Leerlingen maken foto's om toeristen naar hun eigen woonplaats te 'lokken' | Strategie | Doelen realiseren met media | 5/6 |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | |
| De leerlingen zijn zich bewust van manipulatie van bronnen en maken zelf een bron die gemanipuleerd is | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 5/6 |
| | | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | |
| | Communicatie | Content creëren | |

16. Hyves lespakket

Het lespakket bestaat uit tien lessen waaruit de leraar, afhankelijk van de beschikbare tijd en niveau van de klas, zelf één of meerdere lessen kan samenstellen. Na negen lessen wordt de kennis van de leerlingen getest door middel van een quiz. Er wordt niet gemeld voor welke groep(en) het materiaal ontwikkeld is of op welke manier de lesstof aansluit bij de kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Leerlingen leren welke functies Hyves vervult m.b.t. vriendschap en vermaak | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Leerlingen staan stil bij hun eigen internetgebruik | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| De leerlingen kunnen een profielpagina kritisch beoordelen en zien in dat een profiel een 'upgrade' maakt van een persoon | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen zijn zich ervan bewust dat personen zich op het internet anders kunnen voordoen dan ze in werkelijkheid zijn | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen zijn zich ervan bewust dat nicknames en foto's een bepaald beeld creëren van iemand | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen laten inzien welke gegevens wel en niet privé zijn | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerlingen laten inzien dat wat je op Hyves plaatst, kan worden gelezen door anderen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen bewust maken dat ze op Hyves een bepaald imago aanmeten (dat niet per se strookt met de werkelijkheid) | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen zijn zich bewust van de publieke zichtbaarheid van gegevens | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerlingen zien verschil tussen publiceren in het echte leven (bijvoorbeeld in een vriendenboekje) en op Hyves | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen gaan bewust om met het vrijgeven van informatie op Hyves | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen zijn zich bewust van de verschillen tussen vriendschap in het echte leven en vriendschap op Hyves | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen weten hoe ver ze kunnen gaan in het geven van persoonlijke informatie op Hyves en zijn zich bewust van de risico's | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen zien in dat ervaringen en reacties kunnen verschillen (vooral tussen jongens en meisjes): wat de een leuk vindt, vindt de ander misschien ongepast | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|---------------------------------------|
| De leerlingen stellen het eigen gedrag op internet aan de kaak | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| De leerlingen zien het effect van negatieve en verwerpende reacties in en leren alternatieve reacties te geven | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen zien dat communicatie via Hyves de drempel verlaagt voor (positieve en negatieve) communicatie-uitingen | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen kennen de belangrijkste risico's van het gebruik van Hyves en weten hoe zij die kunnen vermijden | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen weten hoe zij efficiënt kunnen handelen in een probleemsituatie op Hyves | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

17. Diploma Veilig Internet

Het lesmateriaal *Diploma Veilig Internet* is ontwikkeld voor twee niveaus: groep 5/6 en groep 7/8. De onderwerpen in de versie groep 7/8 worden uitvoeriger behandeld dan in de versie voor groep 5/6. Het materiaal is niet zo geschreven dat het opvolgend is. Er gaan vijf hoofdstukken – ongeveer tien lessen – vooraf aan het diploma. Er wordt niet gemeld hoe de lesstof aansluit bij de kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|---|
| De leerling weet wat internet is en wat je ermee kunt | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling weet wat e-mail is en wat je ermee kunt | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling weet wat ongewenste e-mail is | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling is zich ervan bewust dat niet alles wat online staat waar is | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling is zich ervan bewust dat iedereen iets op internet kan zetten | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerling is op de hoogte van verleidelijke reclames | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren |
| De leerling is zich ervan bewust dat mensen zich anders kunnen voordoen op internet | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerling weet dat het mogelijk is om een eigen website te maken | Communicatie | Content creëren |
| De leerling heeft kennis gemaakt met verschillende zoekwijze op internet | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|---|
| De leerling weet hoe Google werkt | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling weet wat zoekwoorden zijn | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling weet de juiste zoekwoorden te gebruiken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling kan afbeeldingen en filmpjes zoeken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling is zich bewust van de mogelijkheden om ongewenste sites tegen te komen en weet hiermee om te gaan | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling is zich ervan bewust hoe om te gaan met persoonlijke gegevens van zichzelf op internet | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerling is zich ervan bewust wat een sterk wachtwoord is en vertelt dit niet aan anderen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling weet dat je op allerlei verschillende manieren kunt communiceren via internet | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerling weet wat plagiaat is en hoe gemakkelijk dit op te sporen is | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerling weet hoe hij zich goed kan presenteren op internet | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerling weet wat digitaal pesten is en waar de grens ligt | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerling weet dat digitaal pesten erger kan overkomen dan gewoon pesten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerling is zich ervan bewust dat kraken/inbreken op een account van iemand anders pesten is | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerling is zich ervan bewust dat foto's op internet misbruikt kunnen worden | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerling weet hoe te handelen als hij/zij in de problemen komt | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

18. Mediawijsheid van KlasseTV

Mediawijsheid is een lespakket voor groep 7 en 8 van zes lessen. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen. Er wordt niets over toetsen gemeld.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Leren omgaan met sociale media - wat zijn sociale media - wat is er leuk aan sociale media - wat zijn de risico's van sociale media - hoe kun je met die risico's omgaan | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Zoekmachines en downloaden - wat zijn zoekmachines - hoe gebruik je een zoekmachine zo slim mogelijk - wat is downloaden - welke gevaren heeft downloaden - hoe download je veilig | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Reclame op televisie en internet - wat is het doel van reclame - waaraan kun je reclame op televisie herkennen - waaraan kun je reclame op het internet herkennen - hoe kun je reclame op internet uitschakelen | Begrijp | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Nep-sites en betrouwbare informatie - waarom is niet alles waar wat je op internet leest - hoe kun je informatie op een website controleren - hoe weet je of een website echt of nep is - waarom moet je nooit wachtwoorden geven als iemand je daarover belt of mailt | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Onplezierige tv-programma's en onveilige sites - wat is het verschil tussen beelden op televisie en situaties in het echt - hoe wordt een film gemaakt - waarom is er vaak geweld, horror, grof taalgebruik of seks op televisie - Wat doe je als je te maken krijgt met onplezierige televisieprogramma's of onveilige websites - Wat is er nep aan reality-shows, ze heten toch reality | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| Digitaal pesten - welke 5 vormen van cyberpesten ken je - waarom is cyberpesten zo erg - wat kun je doen tegen cyberpesten - wat staat er in jullie eigen protocol tegen cyberpesten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

19. Mediawijsheid van Bibliotheek Zuidoost Fryslân

Mediawijsheid is een doorlopende methode voor alle klassen van de basisschool. Er zijn dertien medialessen beschikbaar van wisselende duur die door de leerkrachten zelf gegeven kunnen worden. Er zijn ook enkele lessen die door een mediacoach gegeven worden (deze zijn in onderstaand overzicht buiten beschouwing gelaten). De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen. Er wordt niets over toetsen gemeld.

| | Competentiegroep | Competentie | In welke groep? |
|--|------------------|---|-----------------|
| De kinderen ervaren dat computers gebruikt kunnen worden om verhalen voor te lezen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 t/m 3 |
| De kinderen maken op een andere manier kennis met het digibord en ontdekken de koppeling tussen digitale en fysieke boeken | Gebruik | Oriënteren binnen mediaomgevingen | 3/4 |
| De kinderen leren dat er verschillende manieren zijn om te communiceren; via brief, telefoon en e-mail | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 3 |
| De kinderen leren de communicatiemiddelen in de tijd te zetten | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 3 |
| De kinderen worden zich bewust van verschillende media (boek en film) en leren deze te vergelijken en hun mening hierover te geven | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 3 t/m 6 |
| De kinderen leren met behulp van Gebouw 13 gebruik te maken van betrouwbare zoekmachines | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 5/6 |
| Via het programma leren kinderen over de ontstaansgeschiedenis en werking van internet | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 5/6 |
| | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | |
| De kinderen gaan zelf op zoek naar digitale informatie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 5 |
| De kinderen leren informatie beoordelen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 5 |
| Kinderen worden zich bewust van de werking van internet | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 5 |
| De kinderen weten hoe ze met elkaar om moeten gaan op internet | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 5/6 |
| De kinderen weten wat cyberpesten is | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 5/6 |
| De kinderen weten dat cyberpesten niet goed is | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 5/6 |
| De kinderen weten wat ze kunnen doen als cyberpesten voorkomt | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 5/6 |

| | Competentiegroep | Competentie | In welke groep? |
|--|------------------|---|-----------------|
| De kinderen maken kennis met ringtones en wallpapers | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 6/7 |
| De kinderen zijn zich bewust van de kosten van bijvoorbeeld een abonnement voor mobiele telefoon | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 6/7 |
| De kinderen ontwikkelen hun informatie- en strategische vaardigheden | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 6 t/m 8 |

20. Kidsweek in de klas

Kidsweek in de Klas is een methode voor begrijpend lezen voor groep 5 tot en met 8. Per jaar zijn er 34 lessen begrijpend lezen, verdeeld over vijf blokken. Een les duurt ongeveer zestig minuten. Bij de lessen worden drie niveaus onderscheiden: niveau A voor groep 5, niveau B voor groep 6 en 7, niveau C voor groep 8. Het aantal lessen per blok is verschillend maar de laatste les van een blok is altijd een toets. Er zijn per schooljaar vijf toetsen, gericht op alle daarvoor behandelde strategieën. Rond de herfstvakantie is de begintoets waarbij vaardigheden rond begrijpend lezen worden getoetst in tien multiplechoicevragen. Rond de kerstvakantie volgt er een toets met vijf reflectieve vragen, rond de voorjaarsvakantie volgt een toets met zowel multiplechoice- als reflectieve vragen, in april volgt weer een toets met alleen reflectieve vragen en de eindtoets bevat weer beide soorten vragen. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|------------------|--------------------------------|
| Kennis hebben van informatieve teksten en/of bronnen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Kennis hebben van instructieve teksten en/of bronnen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Gericht naar informatie zoeken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Het selecteren van informatie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Informatie ordenen bij instructieve teksten | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Informatie ordenen bij systematisch geordende bronnen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Feiten van meningen onderscheiden | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Informatie en meningen met elkaar vergelijken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Teksten op waarde (betrouwbaarheid) beoordelen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Vormen van een oordeel | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

21. Mediamovies

Mediamovies is een project voor groep 7 en 8 waarin in verschillende lessen twaalf verschillende thema's behandeld worden. Er wordt niet vermeld of de lesstof aansluit bij de kerndoelen of dat er toetsen beschikbaar zijn.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| De leerlingen weten aan het eind van de les wat cyberpesten is | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| De leerlingen kunnen op het internet een aantal anti-cyberpest regels opzoeken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerlingen kunnen tips bedenken of zoeken die gaan over wat de leerlingen zelf kunnen doen als ze gepest worden of merken dat iemand gepest wordt | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerlingen weten aan het eind van de les dat reclames interessanter worden gemaakt met behulp van een aantal trucjes en kunnen deze uitleggen | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| De leerlingen kunnen zelf voor een product of dienst reclame maken, waarbij ze het product of de dienst zodanig aan moeten prijzen dat mensen verleid worden tot koop | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| | Communicatie | Content creëren |
| De leerlingen weten dat reclame misleidend kan zijn | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren |
| De leerlingen leren voordelen en nadelen van het gamen kennen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerlingen leren veelgebruikte games en virtuele werelden kennen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| De leerlingen leren hun eigen mening over games en virtuele werelden formuleren en onderbouwen | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Aan het einde van de les hebben de leerlingen kennis gemaakt met het werken met een filmcamera en een kort filmpje gemaakt | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| Leerlingen hebben hun eigen gebruik van profielsites (sociale netwerksites) geïnventariseerd, en daarover kritisch gereflecteerd: wat doe je en waarom? Zitten er positieve of juist negatieve kanten aan en waarom? Doen ze alles wel veilig? | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik |
| Leerlingen hebben op grond van hun inventarisatie en reflectie gekozen wat wel en niet belangrijk is om aan hun eigen ouders te vertellen hierover | Strategie | Reflecteren over het eigen mediagebruik |
| De leerlingen leren nadenken over de inhoud, vorm en structuur van een reportage | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| De leerlingen leren nadenken over de opbouw van een verhaal dat je via beeld vertelt | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| De leerlingen weten het nodige over de geschiedenis van de mobiele telefoon | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|---|
| De leerlingen leren kritisch nadenken over hun eigen gebruik van de mobiele telefoon | Strategie | Reflecteren over het eigen media-gebruik |
| De leerlingen leren zien hoe het uiterlijk van een mobiele telefoon veranderd is in de geschiedenis | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving |
| De leerlingen ontdekken dat er verschillende manieren zijn om informatie te zoeken via internet, en leren dat niet elke manier even goed is | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerlingen ontdekken dat niet alles wat je op internet vindt ook waar is | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

22. Mediawijs van uitgeverij De Roode Kikker

Mediawijs met De Roode Kikker bestaat uit vier digitale leskisten. De eerste twee leskisten bestaan elk diverse lessen. Iedere les duurt ongeveer een half uur tot een uur. Elke leskist is als volgt opgebouwd: een klassikale introductie door de leerkracht, zelfstandig werken aan de online opdrachten, een afsluitende online doe-opdracht en een klassikale afsluiting. Er wordt niet gemeld of de lesstof aansluit bij de kerndoelen of dat er toetsen beschikbaar zijn.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|---|
| Kennismaken met internet: we doen het allemaal, maar wat is het precies en hoe werkt het? ook inventariseren we of kinderen afspraken gemaakt hebben over internetten | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| | Strategie | Reflecteren over het eigen media-gebruik |
| Zoeken op internet: waar en hoe kun je het beste naar informatie zoeken? Hoe betrouwbaar is die informatie? En: kun je reclame herkennen? | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |
| Persoonlijke informatie op internet: wat zet je wel en wat zet je niet online? ook besteden we een les aan pesten op internet | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |

23. Begrijpend lezen van uitgeverij De Roode Kikker

Iedere week is er een nieuwe leestaak beschikbaar en de lessen duren ongeveer een uur. De taak bestaat uit de volgende onderdelen: 1) leestaak (hierin staat de leestekst centraal), 2) woordenschat en 3) extra les (in deze extra les komt wekelijks een andere mediavorm aan bod, hierin wordt dieper ingegaan op een onderdeel van het thema). Bij de lessen worden drie niveaus onderscheiden: niveau A voor groep 4, niveau B voor groep 5 en 6, niveau C voor groep 7 en 8. Er zijn twee toetsen op alle niveaus beschikbaar. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|--------------------------------|
| De leerlingen leren informatie te achterhalen in informatieve en instructieve teksten, waaronder schema's, tabellen en digitale bronnen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De leerlingen leren informatie en meningen te vergelijken en te beoordelen in verschillende teksten | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

24. Familyweb

Onder *Familyweb* vallen verschillende producten die samen een doorlopende methode vormen. Family bestaat uit: Webje, Mr. Web, Mr. Web Vmbo en Mamaweb. Webje en Mr. Web zijn ontwikkeld voor het basisonderwijs. Webje is ontwikkeld voor groep 5 tot en met 7. De kinderen moeten vragen beantwoorden ter afsluiting. Mr. Web is ontwikkeld voor groep 7 en 8 en bestaat uit vijf modules. De meeste modules worden afgesloten met een aantal meerkeuzevragen over het onderwerp dat in de module is behandeld. Als de leerlingen alle modules hebben doorlopen krijgen ze vijf quizvragen over kennis en inzicht. Deze vragen gaan over alle modules van de cursus. Als deze vragen goed beantwoord zijn is de cursus succesvol afgesloten. De cursus duurt ongeveer 50 minuten. Er wordt niet gemeld of hetgeen de leerlingen leren aansluit bij de kerndoelen. Er wordt ook geen onderscheid gemaakt in wat de leerlingen leren in de verschillende producten van Familyweb.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|---|
| Kan een leerling zoeken op internet met behulp van zoekmachines en portals | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Kan een leerling zelfstandig een zoekstrategie ontwikkelen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Weet een leerling een aantal handige trucs om optimaal te kunnen zoeken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Weet een leerling hoe hij bruikbare en geschikte informatie kan vinden | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| Weet een leerling hoe hij op een veilige manier kan surfen op internet | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| | Communicatie | Participeren in sociale netwerken |
| Kan een leerling op een goede manier een aantal hulpmiddelen toepassen | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| | Communicatie | Content creëren |
| Kan de leerling zich kritisch bewegen op internet en reflecteren op de media | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken |
| | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden |

25. Op expeditie van Noordhoff Uitgevers

Op expeditie is een doorgaande methode voor groep 5 tot en met 8 voor spreekbeurten en werkstukken. Elk leerjaar doorloopt de leerling in een zestal stappen het proces tot het maken van een werkstuk of spreekbeurt. Leerlingen kunnen zelfstandig aan de slag met het lesmateriaal en na iedere stap komen ze een vinkje halen. De lesstof sluit aan bij diverse kerndoelen. Er wordt niets over toetsen gemeld.

| | Competentiegroep | Competentie |
|--|------------------|--------------------------------|
| Informatie zoeken, vinden en verwerken | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |

26. FF Zoeken

Met *FF Zoeken* leren kinderen zelfstandig zoeken naar informatie en deze informatie te verwerken. *FF Zoeken* kan ingezet worden bij verschillende vakken. Ter ondersteuning zijn zes televisieprogramma's en gebruikswijzers beschikbaar. *FF Zoeken* kan gebruikt worden door leerlingen van groep 5 tot en met 8. Er wordt niet gemeld bij welke kerndoelen de lesstof aansluit of dat er toetsen beschikbaar zijn.

| | Competentiegroep | Competentie |
|---|-------------------------|--------------------------------|
| Bronnen; hoe komen jullie meer te weten | Communicatie | Informatie vinden en verwerken |
| De uitwerking; hoe maken jullie een verslag van de speurtocht (werkstuk presenteren, PowerPoint presentatie maken, bouwen van een website, maken van een filmpje/digitale foto) | Communicatie | Content creëren |

Bijlage 2 – Inventarisatie mediawijsheid in PABO-curricula

PABO-curricula zijn geanalyseerd op twee aspecten: 1) hoe de opleiding studenten mediawijs maken en 2) hoe de opleiding leerkrachten in opleiding voorbereiden op het mediawijs maken van leerlingen. Het analysekader is het competentiemodel voor mediawijsheid van Mediawijzer.net. Welke competenties worden (wel en niet) behandeld en hoe worden ze behandeld en getoetst?

Hieronder wordt van de zeven PABO-opleidingen, die inzicht wilden geven in hun curriculum, weergegeven of en hoe zij mediawijsheid in het curriculum hebben opgenomen en of en hoe dit getoetst wordt. Veel opleidingen gaven aan dat het curriculum wat betreft mediawijsheid vol in ontwikkeling is en dat dit volgend studiejaar uitgebreid/veranderd zal worden.

Alle opleidingen zijn geanonimiseerd.

PABO 1

Op dit moment wordt mediawijsheid niet expliciet aangeboden in het curriculum. Binnenkort is er echter een tweedaagse over het curriculum in relatie tot de maatschappij en mediawijsheid komt daar ongetwijfeld aan de orde. Deze PABO is voor mediawijsheid een samenwerking aangegaan met PABO 6.

PABO 2

Mediawijsheid komt met name in de eerste twee studie jaren aan de orde. Het is onbekend of en hoe de genoemde competenties getoetst worden.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|--|------------------|---|--------|
| Mediawijsheid van de student (confrontatie met wat studenten zelf op het internet hebben gezet) | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |
| Mediawijsheid in de klas | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 1 |
| Lesinstructie met digitaal bord | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Interactieve les ontwerpen met digitaal bord (Prowise) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Introductie TPACK-model | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Werken met TPACK-model | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Werken met een weblog | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Vakverdieping Kind en digitale wereld - Webquest, Earthquest - Hole in the wall - Serious Games - Leren presenteren - StopMotion in het onderwijs - Digitaal prentenboek maken | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Opdracht uitwerken op de stage en voorbereiden/verantwoorden middels TPACK-model | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Theoretische verdieping aan de hand van het boek ICT in de klas (Gerard Dummer) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1/2 |
| Verdiepingsminor (toegespitst op bijvoorbeeld het gebruik van digiborden, maken van apps, mediawijsheid in de klas) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1/2 |
| | Communicatie | Content creëren | |

De competentie ‘informatie vinden en verwerken’ zit in de onderzoekslijn, hierin worden studenten getraind in het gebruik van bronnen. Dit gebeurt door de jaren heen. Het begint bijvoorbeeld met het schrijven van een artikel en eindigt bij zelfstandig een onderzoek doen. Ook voor de competentie ‘reflecteren op het eigen mediagebruik’ is door de jaren heen aandacht.

PABO 3

Formeel gezien verschilt het curriculum voor de verschillende locaties van deze PABO niet. In de uitvoering kunnen er echter wel verschillen zijn omdat niet elke docent even mediawijs is. In onderstaande tabel staat hetgeen dat voor alle locaties hetzelfde is. Daaronder wordt weergegeven hoe één van de locaties dit vorm geeft.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|--|------------------|--|--------|
| Training ICT/media: maak een magazine | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Training Onderzoek | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 1 |
| Je bent op de hoogte van verschillende mediamiddelen die je kunt inzetten voor je onderwijs | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Je kunt een groepje leerlingen begeleiden bij onderwijssituaties waarbij gebruik gemaakt wordt van media | Strategie | Doelen realiseren met media | 2 |
| Je kunt digitale verwerkingsvormen inzetten in de les en zelf eenvoudige verwerkingvormen ontwikkelen | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Je kunt digitale media integreren binnen verschillende vakgebieden | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Je kunt in een les media inzetten om aan te sluiten bij de actualiteit | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Je bent op de hoogte van de digitale mediavaardigheden van de leerling | Begrip | Inzicht in de medialisering van de samenleving | 1 |

Alle competenties worden getoetst. De toetsing vindt op verschillende manieren plaats: door middel van aanwezigheid en actieve participatie, als onderdeel van het portofolio, ontwerpen en geven van lessen en het geven van presentaties.

PABO 4

Mediawijsheid komt in het eerste en tweede jaar een aantal uur aan bod. Momenteel is deze hogeschool bezig met het ontwikkelen van het curriculum wat betreft mediawijsheid. Volgend jaar zal ook sociale media onderdeel van het curriculum zijn.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|---|------------------|---|--------|
| Kind en Media <i>Weet wat ze zien</i> (Peter Nikken) | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Gastpreker uitgenodigd van de bibliotheek (over gevaren van internet/media) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Online game spelen voor kinderen (wat weet je al van internet, over gevaren van internet/media) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Tijdens stage les mediawijs geven met behulp van het digitale schoolbord | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 2 |

Van de onderdelen van mediawijsheid wordt alleen de les mediawijsheid die studenten tijdens hun stage maken en geven getoetst.

PABO 5

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|--|------------------|---|--------|
| iPad-klassen, onder andere: - wat zijn goede applicaties voor het onderwijs - demonstratie van onderwijskundigen applicaties - beoordelen van applicaties - beoordelen van bronnen op internet - gebruik van iPad - gebruik van applicaties - applicaties aanbieden (bij wat voor soort leerlingen/les) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| | | Oriënteren binnen mediaomgevingen | |
| | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 1 |
| | Strategie | Doelen realiseren met media | 2 |
| Les over digibord (les maken/content creëren) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| | Communicatie | Content creëren | 2 |
| | Strategie | Reflecteren op het eigen mediagebruik | 1 |

De les over het digibord wordt getoetst; de les over iPad-klassen niet. Volgend studiejaar zal dit veranderen dan zullen studenten een verslag moeten inleveren over de applicaties.

Naast bovenstaande zijn er nog enkele initiatieven die niet in het curriculum zijn opgenomen, dit zijn de miniconferentie Facebook en de Facebookpagina van de minor geschiedenis. In 2013 is er een miniconferentie Facebook georganiseerd. Tijdens deze conferentie werd er ingegaan op het begrip van Facebook (wat kan je er mee) en hoe Facebook ingezet kan worden in het onderwijs (ingedeeld naar het competentiemodel: gebruik – apparaten, software en toepassingen gebruiken en communicatie – participeren in sociale netwerken).

De minor geschiedenis heeft een eigen Facebookpagina die mensen kunnen liken. Studenten van andere hogescholen vinden via Facebook deze minor, ze komen een deel van de lessen volgen en blijven vervolgens via Facebook met elkaar in contact (ingedeeld naar het competentiemodel: strategie – doelen realiseren met media).

PABO 6

De PABO heeft een Kennisbasis ICT ontwikkeld met ICT-vaardigheden, verdeeld in vijf categorieën (instrumentele ICT-basisvaardigheden – informatievaardigheden – pedagogische vaardigheden: ICT en het lerende, zich ontwikkelende kind – ICT en didactiek – professionele ontwikkeling en innovatie), die de beginnend leraar basisonderwijs moet beheersen. Onderstaande tabel geeft de vaardigheden uit de Kennisbasis ICT met betrekking tot mediawijsheid weer.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|---|------------------|---|--------|
| Kan werken met presentatiesoftware, instrumenteel en toepassing (Microsoft PowerPoint & Prezi) | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Kan werken met web 2.0 toepassingen (webpagina maken, wiki, weblog, googledocs) | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Kan digitale bronnen beoordelen op betrouwbaarheid | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 1 |
| Kan leerlingen leren om informatie doelmatig en doeltreffend te zoeken en te vinden (informatievaardig) | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 2 |
| Kan leerlingen leren hoe ze met gevonden bronnen moeten omgaan en hoe ze ernaar moeten verwijzen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 2 |
| Heeft kennis van de digitale (leef)wereld van kinderen in een netwerksamenleving en de invloed hiervan op kinderen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 2 |
| Is zich bewust van invloeden op leerlingen en risico's van internetgebruik (mediawijs en kan leerlingen leren omgaan met social(e) media, zoals twitter en facebook) | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 2 |
| Heeft kennis van digitaal pesten en weet hoe hiermee in de groep/ in de school om te gaan | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |
| Kan een digitaal schoolbord of andere digitale online software gebruiken als ondersteuning bij verschillende digitale werkvormen (voorlezen, verhaal vertellen, instructie geven, onderwijsleergesprek, etc.) | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Zet ICT middelen in om onderwijs-op-maat (zelfstandig werken; differentiatie; remediërend onderwijs, verrijkend/uitdagend onderwijs) effectief vorm te geven | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Kan projecten opzetten om leerlingen via ICT middelen te laten samenwerken (met andere leerlingen, met andere klassen, eventueel met andere scholen, ook in het buitenland) (informatie-uitwisseling, samen producten maken, interviews, etc) | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 2 |
| | Strategie | Doelen realiseren met media | 2 |
| Onderzoekt nieuwe ICT-mogelijkheden om het onderwijs te verrijken | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Deelt opgedane kennis (op het gebied van ICT) in het onderwijs, via 'nieuwe' media (VIB, Leraar 24, Kennisnet, SKOLA, Communities of Practice, SCOOP.IT en scribt.com) | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |

PABO 7

Deze PABO biedt een minor Mediapedagogiek aan. Onderstaand worden de leerdoelen betreffende mediawijsheid van de minor weergegeven.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|---|------------------|---|--------|
| Je hebt inzicht in de rol die sociale media speelt bij vriendschapsvorming | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Je hebt inzicht in het effect van geweld in de media op de ontwikkeling van kinderen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Je hebt inzicht in de invloed van media op de seksuele opvoeding van kinderen | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Inzicht in nieuwe media in de dagelijkse onderwijspraktijk en hoe deze te gebruiken en toe te passen | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Je weet gebruik te maken van creatieve diverse nieuwe media in je dagelijkse praktijk | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Inzicht in de gevaren en mogelijkheden waaraan wijzelf en onze kinderen dagelijks bloot staan met betrekking tot 'de digitale wereld' | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Je bent in staat om een opdracht te maken met behulp van nieuwe media | Communicatie | Content creëren | 1 |
| Je kent de gevaren en mogelijkheden van de verschillende sociale mediasites | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |
| Je hebt inzicht in de invloed van media op de actualiteit | Begrip | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 1 |
| Inzicht in TPACK | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Inzicht in een virtueel netwerk en hoe deze te gebruiken | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Inzicht in een aantal sociale netwerken voor school en hoe ze te gebruiken | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |

De leerdoelen worden getoetst door middel van een verslag, presentatie, schrijven van een Sociale Media Protocol, het plaatsen van en reageren op blogs, het maken van een digitale poster en het maken van een filmpje.

PABO 8

Mediawijsheid is voornamelijk in het eerste en tweede jaar van de opleiding onderdeel van het curriculum.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|--|------------------|---|--------|
| College over de medialisering van de samenleving | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Hoe wordt digitale content voor scholen gemaakt | Begrip | Begrijpen hoe media gemaakt worden | 1 |
| Digibord training | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Onderzoek naar methode/software die gebruikt wordt op de stageschool | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Gebruik van Webquest, elektronische leeromgeving, Facebook | Gebruik | Oriënteren binnen mediaomgevingen | 1 |
| Maken van filmpjes/foto's/Webquest/lessen voor digibord | Communicatie | Content creëren | 1 |
| | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |
| Colleges over digitaal pesten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |

Veel competenties worden getoetst doordat de studenten een opdracht moeten maken die onderdeel is van het portfolio. Dit geldt voor de competenties: 'inzicht in de medialisering van de samenleving' (opdracht: gebruik van media op de stageschool), 'begrijpen hoe media gemaakt worden', 'informatie vinden en verwerken' en 'participeren in sociale netwerken'. Competenties die vallen onder de competentiegroep 'gebruik' worden momenteel nog niet getoetst. Studenten kunnen een certificaat krijgen voor het maken van een grote, uitgebreide digibordles.

'Zien hoe media de werkelijkheid kleuren' wordt niet expliciet in het curriculum behandeld. Het wordt wel benoemd door de docent en veel studenten zijn zich hier al van bewust. 'Informatie vinden en verwerken' komt doorlopend aan de orde in het curriculum. Tijdens het eerste jaar komt in een college het onderwerp zoekstrategieën van kinderen aan de orde. 'Reflecteren op het eigen mediagebruik' wordt niet expliciet behandeld. Wel wordt dit benoemd zodat studenten na gaan denken over hun eigen mediagebruik en hun grenzen hierin. Daarnaast is dit onderwerp van een gespreksronde.

Het tweede aspect – hoe PABO's leerkrachten in opleiding voorbereiden op het mediawijs maken van leerlingen – is geen specifiek onderdeel van het curriculum en wordt daardoor niet getoetst. Wel is hier structureel tijdens de lessen aandacht voor. Studenten nemen bijvoorbeeld lesmateriaal over mediawijsheid mee van hun stageschool en dit wordt tijdens de lessen besproken.

PABO 9

In alle drie de opleidingsfases (propedeuse, hoofd- en afstudeerfase) is mediawijsheid expliciet opgenomen in het curriculum. Momenteel is de implementatie van de kennisbases gaande. Onderdeel daarvan is de generieke kennisbasis waarin aspecten van mediawijsheid zijn opgenomen. Het is onbekend of en hoe de genoemde competenties getoetst worden.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|---|------------------|---|--------|
| Omgaan met sociale media en cyberpesten | Communicatie | Participeren in sociale netwerken | 1 |
| Kennis van de digitale (leef)wereld van kinderen in een netwerksamenleving | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 1 |
| Kennis van de werking van ICT in het onderwijs | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| Mediadidactiek en mediawijsheid: informatievaardigheden en gebruik van multimediale bronnen | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | |
| Leren van en met experts (cursorisch), van en met collega's (intervisie) en van jezelf (reflectie), ook met nieuwe media (zoals VIB, Leraar 24, Kennisnet, SKOLA) | Strategie | Doelen realiseren met media | 1 |

Ook biedt deze hogeschool een minor Kind, Leren en Media aan met mediawijsheid als hoofdthema. Daarnaast werken studenten, docenten en stagescholen in één digitale leer- en werkomgeving waardoor er steeds meer digitaal wordt gewerkt. Dit is onderdeel van de voorbeeldfunctie van docenten. Docenten worden geacht het goede voorbeeld te geven en vanuit het project Pabo of the Future is een professionaliseringstraject gestart voor docenten, gericht op ICT-vaardigheden en mediawijsheid.

PABO 10

Mediawijsheid heeft in het curriculum geen vaste plek voor alle studenten. Studenten kunnen in het derde studiejaar kiezen voor de minor 'Educatief gebruik van ICT en nieuwe media'. Het is onbekend of onderstaande competenties getoetst worden.

| | Competentiegroep | Competentie | Aspect |
|--|------------------|---|--------|
| Zoeken op internet met de strategie van Suchman i.c.m. wereldoriëntatie | Communicatie | Informatie vinden en verwerken | 1/2 |
| Minor: Educatief gebruik van ICT en nieuwe media: - een kennismakingsgesprek met kinderen uit groep 7/8 over hoe kinderen moderne media gebruiken en de rol van sociale media in het leven van tieners - studenten leren hoe zij met Chroma Key en Photoshop de wereld mooier kunnen maken. Dat is een inleiding op een les NEP waarbij de studenten met een klas kinderen praten over (on)waarheden in de media - studenten maken in hun praktijkschool een Twitterverhaal door kinderen. De studenten verkennen Twitter en houden een inleidend gesprek met ze hierover | Begrip | Inzicht hebben in de medialisering van de samenleving | 2 |
| | | Zien hoe media de werkelijkheid kleuren | 2 |
| | Gebruik | Apparaten, software en toepassingen gebruiken | 1 |
| | Communicatie | Content creëren | 2 |
| | | Participeren in sociale netwerken | 2 |

Literatuur

- Brand-Gruwel, S., Wopereis I., & Walraven, A. (2009). A descriptive model of information problem solving while using internet. *Computers and Education*, 53, 1207-1217.
- Buckingham, D. (2007). Media education goes digital: an introduction. *Learning, Media and Technology*, 32, 111-119.
- Bumpus, M., & Werner, N. (2009). Maternal rule-setting for children's internet use. *Marriage & Family Review*, 45, 845-865.
- Calvert, S., Rideout, V., Woolard, J., Barr, R., & Strouse, G. (2005). Age, ethnicity, and socioeconomic patterns in early computer use: A national Survey. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 590-607.
- CBS. (2012). ICT, kennis en economie. Voorburg: CBS.
- Daems, A., Hellema, F., & Franssen, V. (2010). Participatieve leeromgevingen bij mediaonderwijs. In: K. Segers & J. Bauwers (Eds.). *Maak mij wat wijs*, pp. 191-204. Tiel: Lannoo.
- De Haan, J., & Pijpers, R. (2010). Kinderen online. In J. de Haan & R. Pijpers. *Contact! Kinderen en nieuwe media*, pp. 11-28.
- De Haan, J., Kuiper, E., & Pijpers, R. (2010). Young children and their digital skills in the Netherlands. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 6, 327-333.
- Duimel, M. (2010). *Altijd binnen bereik. 8-18 jarigen en mobiele telefoons*. Den Haag: Stichting Mijn Kind Online.
- Ferdinand, R., Van der Ende J., & Verhulst, F. (2004). Parent-adolescent disagreement regarding psychopathology in adolescents from the general population as a risk factor for adverse outcome. *Journal of Abnormal Psychology*, 113, 198-206.
- Gillebaard, H., & Jager, C. (2011). *Blik op Mediawijsheid. Risicotaxatie, Opvoedstrategieën en Mediagedrag anno 2011*. Utrecht: Dialogic.
- Gilutz, S., & Nielsen, J., (2002) *Usability of Websites for Children: 70 design guidelines*, First edition. Freemont, CA: Nielsen Norman Group.
- Glaubke, C. (2007). *The effects of interactive media on preschoolers' learning: a review of the research and recommendations for the future*. Oakland: Children Now.
- Hagen, I. (2007). 'We can't just sit the whole day watching TV': Negotiations concerning media use among youngsters and their parents. *Young*, 15, 369-393.
- Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L., & Olafsson, K. (2009). *Comparing children's online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU kids online*. LSE, Londen, EU kids online.
- Hillman, M., & Marshall, J. (2009). Evaluation of digital media for emergent literacy. *Computers in the schools*, 26(4), 256-270.
- Kuiper, E., Volman, M., & Terwel, J. (2008). Student's use of Web literacy skills and strategies: searching, reading and evaluating Web information. *Information Research*, 13(3), pp.
- Kuiper, E. (2010). Informatievaardigheden. In J. de Haan & R. Pijpers. *Contact! Kinderen en nieuwe media*, pp. 91-160.
- Küter-Luks, T., Heuvelman, A., & Peters, O. (2011). Making Dutch pupils media conscious: preadolescents' self-assessment of possible media risks and the need for media education. *Learning, Media and Technology*, 36(3), 295-313.

- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). Teens, privacy & online social networks. How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace.
- Levy, R. (2009). 'You have to understand words ... but not read them': young children becoming readers in a digital age. *Journal of Research in Reading*, 32(1), 75-91.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media Society*, 9(4), 671-696.
- Martens, H. (2010). Media-educatie op kindermaat: een cognitieve benadering. In: K. Segers & J. Bauwers (Eds.). *Maak mij wat wijs*, pp. 93-104. Tiel: Lannoo.
- Mijn Kind Online (2013). *Iene miene media. Een onderzoek naar mediagebruik door kleine kinderen*. Retrieved April 3, 2013, from <http://mijnkindonline.nl/publicaties/onderzoeksrapporten/iene-miene-media>
- Mijn kind online, 2009. *Mijn kind op Hyves*. Den Haag: Stichting Mijn Kind Online.
- Mischel, H., & Mischel, W. (1983). The development of children's knowledge of self-control strategies. *Child Development*, 54(3), 603-619.
- Picone, I. (2010). Zelf publiceren online: naar een 'creatief' gebruik van internet. In K. Segers en J. Bauwers. *Maak mij wat wijs!*, pp 204-218.
- Pijpers, R., & Marteijs, T. (2008). *Klik en klaar. Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen*. Den Haag: Stichting Mijn Kind Online.
- Plowman, L., & Stephen, C. (2003). A 'benign addition'? Research on ICT and pre-school children. *Journal of Computer Assisted Learning*, 19, 149-164.
- Potter, W. J. (2011). *Media literacy. 5th edition*. Los Angeles: Saga.
- Rideout, V., Hamel, E., & Kaiser Family Foundation. (2006). *The media family: electronic media in the lives of infants, toddlers, preschoolers, and their parents*. Menlo Park: Kaiser Family Foundation.
- Rideout, V., Foehr, U., & Roberts, D. (2010). *Generation M²: media in the lives of 8-18-years old. A Kaiser Family Foundation Study*. Menlo Park: Kaiser Family Foundation.
- Rideout, V., Vanderwater E., & Wartella, E. (2003). *Zero to six: electronic media in the lives of infants, toddlers, preschoolers*. Menlo Park: Kaiser Family Foundation.
- Subrahmanyam, K. (2009). Developmental implications of children's virtual worlds. *Wash. & Lee L. Review*, 66, 1065-1084.
- Sutherland-Smith, W. (2002). Weaving the literacy web: changes in reading from page to screen. *Reading Teacher*, 55(7), 662-669.
- Valcke, M, Bonte, S., De Wever, B., & Rots, I. (2010). Internet parenting styles and the impact on internet use of primary school children. *Computers & Education*, 55, 454-464.
- Valkenburg, P. (2002). *Beeldschermkinderen. Theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.
- Valkenburg, P. & Peter, J. (2010). Online communiceren. In J. de Haan & R. Pijpers. *Contact! Kinderen en nieuwe media*, pp. 91-160.
- Van den Eijnden, R., Spijkerman, R., Vermulst, A., Van Rooij, A., & Engels, R. (2010). Compulsive internet use among adolescents: bidirectional parent-child relationships. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 38, 77-89.
- Verheyden, G. (2004). Ontluikende geletterdheid in het kleuteronderwijs: of hoe peuters en kleuters schriftelijke communicatie kunnen verkennen. In F. Daems, K. Van den Branden & L. Verschaffel (Eds.), *Taal verwerven op school* (pp. 61-100). Leuven: Acco.
- Walraven, A., Brand-Gruwel, S., & Boshuizen, H. (2009). How students evaluate information and sources when searching the World Wide Web for information. *Computers and Education*, 52, 234-246.

- Walraven, A., Brand-Gruwel, S., & Boshuizen, H. (2012). Fostering student's evaluation behaviour while searching the internet. *Instructional Science*, *41*, 125-146.
- Wang, R., Bianchi, S., & Raley, S. (2005). Teenagers' internet use and family rules: a research note. *Journal of Marriage and Family*, *67*, 1249-1258.