



Behoeftenonderzoek Mediawijzer

In opdracht van:

Mediawijzer.net

Project:

2010.037

Publicatienummer:

2010.037-1017

Datum:

Utrecht, 5 juli 2010

Auteurs:

drs. Barbera van den Berg
Cor-Jan Jager MSc
drs. Hugo Gillebaard

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	6
1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Onderzoeksvragen en doelstelling	7
1.3 Uitgangspunten van het onderzoek	8
1.4 Methode van onderzoek.....	9
1.5 Leeswijzer	10
2 Bewustzijn	11
2.1 Inleiding	11
2.2 Inschatting van (eigen) mediabewustzijn en vaardigheden.....	11
2.3 Kruising ouder en kind perspectief mediabewustzijn.....	13
2.3.1 <i>Confrontatie beleving kind versus waarneming ouder.....</i>	<i>13</i>
2.3.2 <i>Invulling van opvoedende taak met betrekking tot internetgebruik.....</i>	<i>17</i>
2.3.3 <i>Invloed programma's op ouders.....</i>	<i>19</i>
3 Vaardigheden.....	21
3.1 Inleiding	21
3.2 Praktische vaardigheden.....	21
3.3 Informatie & strategische vaardigheden.....	22
3.3.1 <i>Zoekopdrachten in de mediales.....</i>	<i>23</i>
3.4 Mediabewustzijn en verantwoord gebruik.....	26
3.5 Activeren participatie en innovatie	27
3.5.1 <i>Ouders en sociale media</i>	<i>27</i>
3.5.2 <i>Jongeren en sociale media.....</i>	<i>28</i>
4 Behoeftte aan ondersteuning	31
4.1 Inleiding	31
4.2 Behoeften ouders	31
4.3 Behoeften jongeren.....	32
4.4 Bekendheid mediawijsheid	33
4.4.1 <i>Bekendheid programma's rond mediawijsheid.....</i>	<i>34</i>
4.5 Routes & regie voor toekomst	35
5 Gedragsprofielen ouder en kind	37
5.1 Inleiding	37
5.2 Profielen van ouders	38
5.3 Profielen van jongeren.....	40
6 Conclusie	43

6.1	Stand van zaken mediawijsheid	43
6.2	Behoeftte ouders en jongeren.....	44
6.3	Aandachtspunten mediawijsheid	45
6.4	Verder onderzoek	46
Bijlage I: Ouderprofiel		48
Bijlage II: Kindprofiel		49

Managementsamenvatting

In opdracht van het mediawijsheid expertisecentrum Mediawijzer.net is dit behoeftenonderzoek op het gebied van mediawijsheid uitgevoerd. Het onderzoek gaat in op de stand van zaken rondom mediawijsheid van jongeren (leeftijdsklasse 10-14 jaar) en hun ouders, welke behoeftes beide groepen hebben op dit terrein en welke aandachtspunten er voor Mediawijzer.net zijn.

Zowel jongeren als hun ouders schatten zich mediavaardiger in (o.b.v. eigen perceptie) dan dat ze daadwerkelijk blijken te zijn (o.b.v. eigen kennis of gedrag). Zo geeft een ruime meerderheid van de respondenten aan te weten hoe ze betrouwbare informatie op internet moeten vinden, maar een veel kleiner deel gaat daadwerkelijk de bron of datum van de informatie na. De eigen mediavaardigheden worden door beide groepen, maar in het bijzonder door de jongeren overschat.

Ouders hebben over het algemeen een redelijk beeld van wat hun kind op internet doet; over belangrijke zaken als pesten of treiteren zijn ze goed op de hoogte. Een meerderheid van de ouders geeft aan dat ze regels hebben rond internetgebruik. Hun kinderen ervaren echter in veel mindere mate dat zij te maken hebben met dergelijke regels.

Zowel jongeren als ouders geven aan het belangrijk te vinden om vaardigheden aan te leren. Hierbij wordt meer waarde gehecht aan informatievaardigheden dan aan praktische vaardigheden. Opvallend is wel dat het activerend internetgebruik, zoals het zelf maken van teksten, video's, foto's, opkomen voor mening en vertellen over eigen leven op internet (ruim) onder de 40% ligt. Bij de ouders ligt dit percentage *nog* lager. De waarde die jongeren aan sociale media toedichtten, laat een verdeeld beeld zien. Een substantiële groep (30%) van de jongeren geeft aan zich geen leven zonder sociale media te kunnen voorstellen. Dit percentage ligt overigens wel (fors) hoger voor leerlingen op de middelbare school. Daarentegen is er ook een grote groep (40%) die aangeeft dat sociale media hun leven niet per se leuker maakt en 50% van de jongeren kan zich best een leven zonder sociale media voorstellen.

Het merendeel van de ouders (73%) vindt dat zij het voortouw moeten nemen rond de mediawijsheid van hun kinderen. Het aanleren van deze vaardigheden (voor zichzelf en als opvoeder) willen ze voornamelijk in een schoolachtige setting of juist zelfstandig leren. Jonge kinderen willen graag leren van hun ouders, oudere kinderen leren de vaardigheden liever op school.

Ouders en jongeren die veelvuldig gebruik maken van media vertonen meer risicogedrag, ongeacht opleidingsniveau. Uit deze grootgebruikers van media, schatten ouders met een lage opleiding de mediawijsheid van zichzelf en hun kind veel te hoog in, waardoor ze de nut en noodzaak om dingen over mediawijsheid te leren in mindere mate erkennen. Bij de hoogopgeleide ouder is er niet zozeer sprake van slechte mediavaardigheden, maar wel van een wat gemakzuchtige houding als opvoeder die voort lijkt te komen vanuit een groot vertrouwen in het kind.

Bij de jongeren is een soortgelijk patroon zichtbaar, ook hier tekent zich het grootste verschil af op basis van mediagebruik. Vmbo-leerlingen vertonen vooral roekeloos gedrag en weinig ambitie om mediavaardigheden op te doen. Havo-vwo leerlingen hebben die ambitie iets meer, maar zien die rol in elk geval niet weggelegd voor hun ouders die ze daar veel vrijer in laten. Het aanleren van informatie- en strategische vaardigheden bij deze groepen jongeren zou daarmee vooral via de school moeten plaatsvinden.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In opdracht van het mediawijsheid expertisecentrum Mediawijzer.net heeft onderzoeksbureau Dialogic een behoeftenonderzoek uitgevoerd op het gebied van mediawijsheid. De resultaten van dit onderzoek geven aan op welke gebieden en in welke mate jongeren (leeftijdsklasse 10-14 jaar) en hun ouders mediawijs zijn, hoe ouders kinderen voorlichten over mediagebruik, in hoeverre beide groepen bekend zijn met het begrip mediawijsheid en welke behoeften ouders en jongeren hebben rond mediawijsheid (wat willen ze leren en hoe willen ze dit leren). Tevens dient het onderzoek als vertrekpunt voor het bepalen van urgentie en prioriteit in activiteiten van Mediawijzer.net en als vertrekpunt voor mogelijk vervolgonderzoek.

Mediawijsheid staat voor *'het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld'* (RvC, 2005).¹ Hoewel het programma van het expertisecentrum zich op alle type media (radio, TV, dagbladen & tijdschriften, mobiele telefoon, spelcomputers, etc.) richt, is er binnen dit onderzoek vooral gekeken naar de behoeften rondom internet.

1.2 Onderzoeksvragen en doelstelling

De hoofdvraag van het onderzoek luidt als volgt:

Wat is de stand van zaken op het gebied van mediawijsheid bij Nederlandse jongeren van 10-14 jaar en hun ouders/verzorgers?

Om aan te tonen wat de status is van mediawijsheid bij de deze groep is onderzoek nodig waarin jongeren en ouders worden ondervraagd om vast te stellen hoe mediawijs zij zichzelf inschatten en hoe mediawijs beide groepen daadwerkelijk zijn. Dit leidt tot onderstaande onderzoeksonderdelen.

1. Bewustzijn van de mate van eigen mediawijsheid en de inschatting van de ouders over de mediawijsheid van de kinderen; herkent men bijvoorbeeld reclame uitingen en hoe schat men eigen vaardigheden in;
2. Vragen naar gedrag om zo de daadwerkelijke mediawijsheid te bepalen en de inschatting van de ouders over het gedrag van hun kinderen; plaatst het kind bijvoorbeeld video's online;
3. Behoeftepeiling naar mediawijsheid; wat willen ouders en jongeren nog leren over ICT, computers, media en mediagebruik, is er behoefte aan een online kijkwijzer (informatie en/of overzicht van sites die kinderen wel en niet kunnen bezoeken), inclusief de vraag hoe men deze vaardigheden wil leren;
4. De naamsbekendheid van mediawijsheid als concept en de bestaande programma's, organisaties en projecten die er op dit gebied zijn.

¹ RvC (2005), 'Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap'. Den Haag, Raad voor Cultuur

1.3 Uitgangspunten van het onderzoek

Aan zowel de kinderen als de ouders zijn vragen gesteld over bewustzijn rond mediawijsheid, mediavaardigheden en behoefte aan ondersteuning. Naast het weergeven van de resultaten van de groepen als geheel, wordt (indien mogelijk) de respons van de ouders en jongeren vergeleken. In het merendeel van de gevallen is van de ondervraagde respondenten zowel ouder als kind van één gezin ondervraagd. Indien mogelijk wordt een vergelijking gemaakt over hoe kinderen bepaalde aspecten (bijv. maatregelen van de ouders) percipiëren en hoe hun ouders daar tegen aan kijken.

Voor alle vragen zijn de antwoorden uitgesplitst naar verschillende variabelen. Zo is bij de ouders gekeken naar verschillen in perceptie en gedrag rondom dit thema uitgesplitst naar leeftijd, opleiding (laag, middel, hoog), aantal jaren internetgebruik, internetgebruik (minuten per dag), televisiegebruik (minuten per dag), lezen van printmedia (minuten per dag), gebruik van sociale media (aantal sociale media toepassingen dat wordt gebruikt) en leeftijd van het kind. Voor de jongeren zijn verschillen in respons nagegaan voor geslacht, leeftijd, opleiding (PO, VO-vmbo, VO-havo/vwo), internetgebruik, televisiegebruik, lezen printmedia, gebruik van sociale media, het hebben van oudere broers of zussen en de opleiding van de ouders.

In Figuur 1 staat het model dat gebruikt is voor de indeling van het onderzoek. In de rijen staan de onderdelen van het onderzoek (bewustzijn, vaardigheden en ondersteuning), in de kolommen staan de variabelen waarnaar de antwoorden zijn uitgesplitst. De indeling van het onderzoek, komt overeen met de hoofdstukindeling in dit rapport.

Figuur 1. Gemaakte uitsplitsingen en hoofdstukindeling

	Jongere	Ouder								
			leeftijd	opleiding	minuten online	minuten televisie	minuten lezen	Social Media	Broer/zus	Opleiding ouders
I. Bewustzijn										
Inschatting (eigen) mediabewustzijn en vaardigheden										
Inschatting mediawijsheid andere groep										
Opvoeding mediawijsheid										
II. Vaardigheden										
Praktische vaardigheden										
Informatie & strategische vaardigheden										
Mediabewustzijn en verantwoord gebruik										
Activeren participatie en innovatie										
III. Ondersteuning										
Behoeft										
Bekendheid mediawijsheid en programma's										
Routes & regie voor toekomst										

1.4 Methode van onderzoek

Enquête

Dialogic heeft in overleg met de opdrachtgever een vragenlijst opgesteld, waarin de vier onderzoeksvragen zijn geoperationaliseerd naar een hanteerbare vragenlijst voor zowel jongeren, als voor de ouders van jongeren. In totaal zijn 506 telefonische enquêtes afgenomen voor dit onderzoek; 254 kinderen (10-14 jaar) en 252 ouders met kinderen in deze leeftijdsgroep zijn vragen gesteld over bewustzijn rond mediawijsheid, mediavaardigheden en behoefte aan ondersteuning. In 190 gevallen is met een ouder en kind uit hetzelfde gezin gesproken. De respons uit de telefonische enquête vormt de (kwantitatieve) basis van deze rapportage.

Medialessen

Om naast de kwantitatieve analyse de stand van zaken op meer gedetailleerd niveau te achterhalen, is naast de enquête gebruik gemaakt van kwalitatieve methodes. Om inzicht te krijgen, wilden we met enkele groepen jongeren in discussie gaan over bepaalde aspecten van mediawijsheid. Om dit op korte termijn mogelijk te maken, zijn medialessen verzorgd in vier klassen. De focus lag hierbij op de zoekvaardigheden van jongeren; een thema dat zich moeilijk laat vangen in een enquête en beter in een experimentele setting beschouwd kan worden.

De medialessen hadden (globaal) de volgende onderdelen. Allereerst hebben de leerlingen twee korte vragen beantwoord over welke websites ze bezoeken en wat ze rondom internet graag zouden willen leren. Daarover is vervolgens een kort gesprek geweest waarom ze bepaalde sites graag bezoeken en waarom ze bepaalde vaardigheden graag wilden leren. Vervolgens voerden kinderen een opdracht uit (alleen of in groepjes) waarin ze op internet het antwoord moesten zoeken op twee vragen. De leerlingen moesten de vraag (1) *'Waarom zijn de dinosaurussen uitgestorven?'* beantwoorden of de vraag (2) *'Noem een aantal soorten speelgoed, waar kinderen mee speelden rond het jaar 1500'*. Alle leerlingen werd de vraag gesteld (3) *'Wie heeft de Noordpool ontdekt?'*

Elk van deze drie zoekvragen had een potentiële valkuil appellerend aan valkuilen die leerlingen bijvoorbeeld ook bij het maken van werkstukken kunnen tegenkomen. Het achterliggende idee van de valkuilen was als volgt:

1. De dinosaurussenvraag werkt in de hand dat er via een eenvoudige zoektermen een immense hoeveelheid aan informatie boven water komt. De vraag is of leerlingen de "juiste" informatie hieruit kunnen filteren.
2. De speelgoedvraag is zodanig gesteld dat het juist extreem moeilijk is om überhaupt relevante informatie te vinden. De vraag was of leerlingen de juiste zoekterm/strategie konden bedenken om toch tot een antwoord te komen: Bijvoorbeeld: "Speelgoed in de Middeleeuwen".
3. Bij de Noordpoolvraag was het antwoord redelijk snel te vinden, maar ging het vooral om "doorlezen". In feite is de algehele consensus namelijk dat men simpelweg niet weet wie de Noordpool heeft ontdekt. Leerlingen is gevraagd hoe zeker ze waren van het ingevulde antwoord om te controleren of ze de twijfels die in veel bronnen naar voren komt, op waarde weten te schatten.

Ter afsluiting van de les werden de zoekstrategieën met de leerlingen besproken evenals de wijze waarop websites beoordeeld kunnen worden op begrijpelijkheid, betrouwbaarheid en bruikbaarheid. In onderstaande tabel staan de bezochte scholen.

Tabel 1. Gehouden medialessen

Onderwijsinstelling	Plaats	Niveau	Datum les
Beatrixschool	Papendrecht	Groep 8a	Donderdag 17 juni 2010
Beatrixschool	Papendrecht	Groep 8b	Donderdag 17 juni 2010
Melanchton	Rotterdam	1 ^e klas vmbo	Vrijdag 4 juni 2010
Ashram College	Alphen aan den Rijn	1 ^e klas havo	Woensdag 16 juni 2010

Dagboekonderzoek

Enkele ouders met kinderen in de leeftijd van 10-14 jaar is gevraagd deel te nemen aan een dagboekonderzoek, waar ze online op vijf stellingen konden reageren. Hiervoor is gekozen, zodat ouders in eigen tijd kunnen reageren op stellingen, vragen en reacties van de onderzoekers en elkaar. Er zijn ouders geworven via platformen als ouders.nl, mijnkindonline.nl en via de sneeuwbal methode. Daarbij hebben we ouders in het netwerk van Dialogic gevraagd om ook weer ouders te vragen voor het dagboekonderzoek. Voor hun deelname kregen ouders een boek over kinderen en nieuwe media. Uiteindelijk hebben 11 ouders de vijf stellingen beantwoord.

Figuur 2. Screenshot dagboekonderzoek



1.5 Leeswijzer

In **hoofdstuk 2** wordt ingegaan op de eerste onderzoeksvraag en staat het bewustzijn over de eigen mediawijsheid centraal. Eveneens komt aan bod hoe ouders omgaan met het mediagebruik van hun kinderen, zijn ouders op de hoogte wat hun kinderen op internet doen? Het daadwerkelijke gedrag rond mediawijsheid van ouders en jongeren komt aan bod in **hoofdstuk 3**, de behoeftepeiling naar mediawijsheid wordt in **hoofdstuk 4** weergegeven. In **Hoofdstuk 5** worden profielen opgesteld van ouders en kinderen op basis van de persoonlijke achtergrondvariabelen in combinatie met de bevindingen uit hoofdstukken 2,3 en 4. In **hoofdstuk 6** worden tot slot de conclusies uit het onderzoek kort benoemd. Voor een snel overzicht van de belangrijkste bevindingen, verwijzen we naar de managementsamenvatting.

2 Bewustzijn

2.1 Inleiding

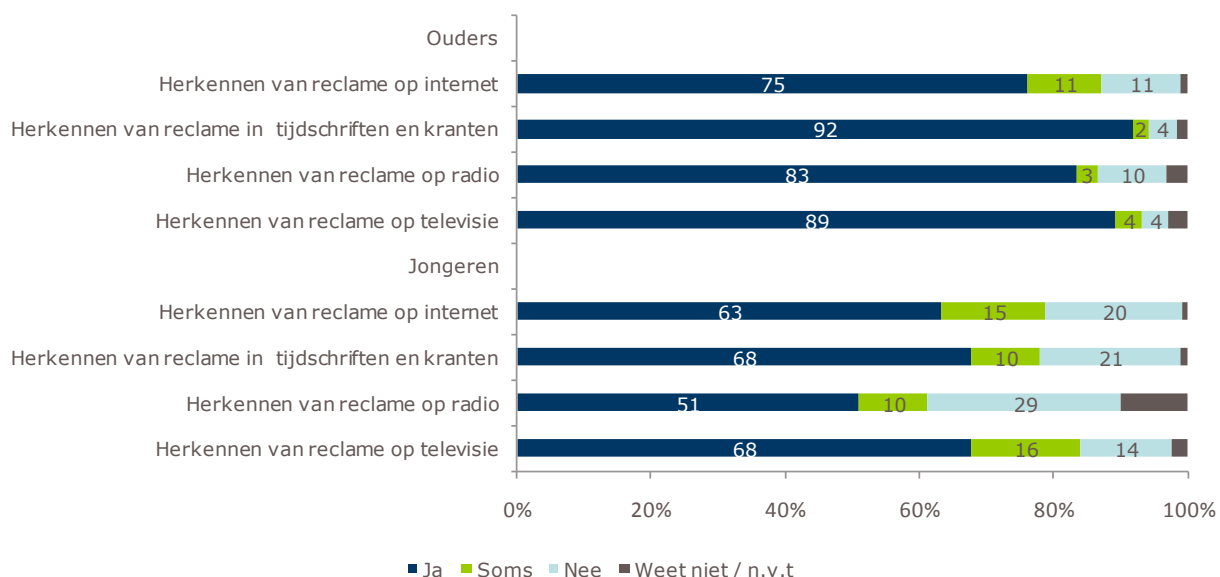
Dit hoofdstuk gaat in op onderzoeksvraag 1. In paragraaf 2.2 wordt een uiteenzetting gegeven van de inschattingsvragen uit de enquête. Centraal daarbij staat enerzijds het inschattingsvermogen in het herkennen van reclame-uitingen en anderzijds inschatting van “actieve” mediavaardigheden, zoals veilig omgaan met internet. Het herkennen van reclame-uitingen is een aspect van de ouder of kind in een rol als ontvanger van media, actief mediabewustzijn gaat meer om de rol als producent van media. Beide aspecten zijn zowel aan ouders als kinderen gevraagd.

Paragraaf 2.3 gaat door op de verschillende perspectieven van ouder en kind. Ongeveer driekwart van de steekproef bevat koppels, waarbij kinderen en ouders uit één en hetzelfde gezin zijn ondervraagd. Dit biedt de mogelijkheid een link te maken tussen vragen die over elkaar zijn gesteld (dus ouder over het kind en kind over de ouder). In paragraaf 2.3.1 wordt het bewustzijn van de ouder over de belevingswereld van zijn/haar kind tegen het licht gehouden, waarna in 2.3.2 dieper wordt ingegaan op de opvoedende taak van de ouder. In 2.3.3 worden de ouders die bekend zijn met mediawijsheidprogramma’s vergeleken met ouders die dat niet zijn.

2.2 Inschatting van (eigen) mediabewustzijn en vaardigheden

In onderstaand figuur is opgenomen in welke mate ouders en kinderen zichzelf toedichten reclame via diverse media goed te herkennen.²

Figuur 3. Inschatting herkennen van reclame in media door ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



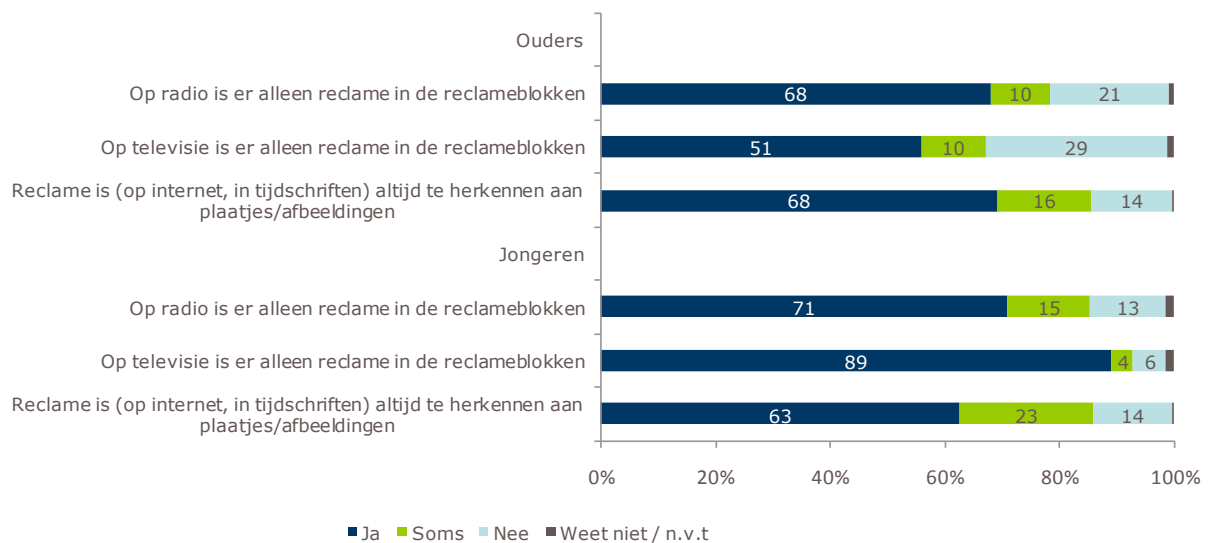
² Door afrondingen tellen de percentages in de figuren in dit rapport niet altijd op tot 100%.

Over het algemeen schatten ouders zichzelf beduidend hoger in dan jongeren bij het herkennen van reclame in verschillende media. Voor de ouders geldt dat ze reclame op internet het moeilijkst kunnen onderscheiden in vergelijking met andere media. Ouders die veel lezen, actief zijn in meerdere sociale media geven aan reclame op internet makkelijker te herkennen, dit geldt eveneens voor hogeropgeleiden en ouders die veel gebruik maken van internet.

Jongeren geven aan vooral moeite te hebben met het herkennen van reclame op de radio en daarna met reclame op het internet, 51% van de jongeren geeft aan reclame op de radio te herkennen. Wanneer echter wordt doorgevraagd naar de wijze van herkenning van reclame, valt op dat zowel ouders als kinderen er een 'naïeve' veronderstelling op nahouden dat reclame alleen in reclameblokken zit. Met name de kinderen zijn hiervan overtuigd, zo laat onderstaande figuur zien.

Dat jongeren reclame niet altijd herkennen blijkt ook uit onderzoek *Klik en Klaar* (Pijpers en Marteijs, 2008).³ Zo stellen de onderzoekers dat kinderen afbeeldingen aan de rechterkant van een pagina bestempelen als reclame. Hierdoor wordt reclame en redactionele content soms verward. Aangezien reclame op sommige sites steeds meer verweven is met de inhoud (bijvoorbeeld in tekst, afbeelding, spel of video), is het voor kinderen moeilijk om reclame te herkennen, ook al denken de kinderen dus dat ze reclame wel herkennen.

Figuur 4. Herkennen van reclame in media door ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



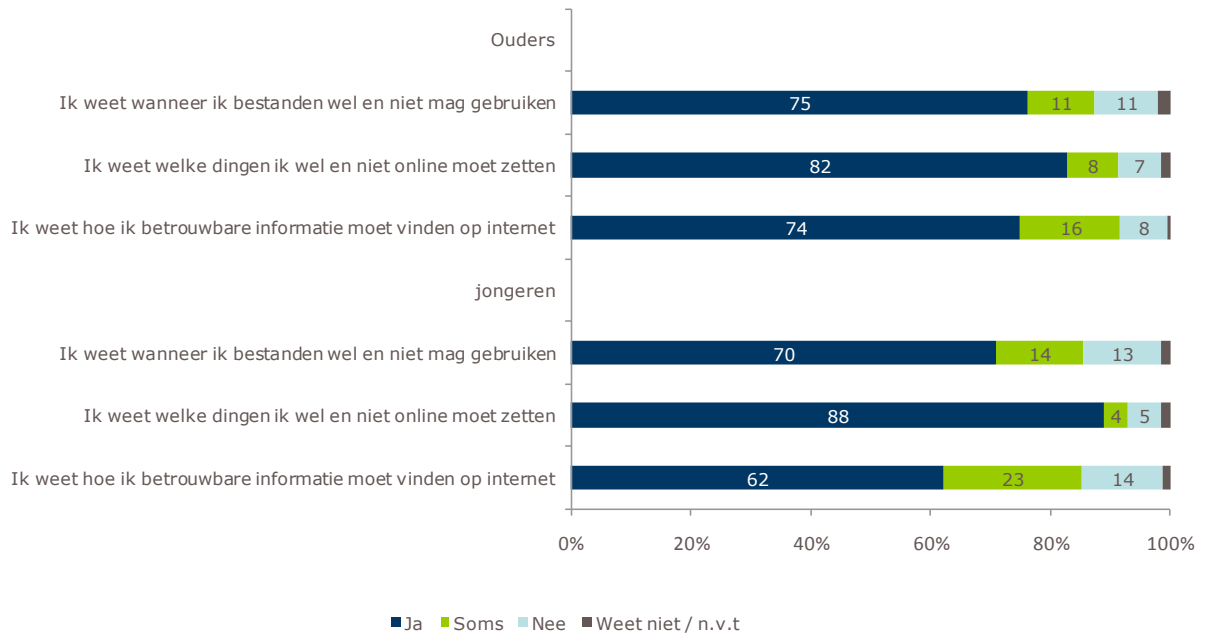
Via diverse media worden kinderen steeds vaker en jonger commercieel benaderd zonder tussenkomst van de ouders, dit blijkt uit een pas verschenen publicatie van SCP (2010).⁴ Kinderen zijn ook op internet steeds vaker de doelgroep van reclame dat bijvoorbeeld verpakt is in een online spel. Ook de ouders in het dagboekpanel onderkennen dat hun kinderen in sommige gevallen geen onderscheid kunnen maken dan wel de verleiding kunnen weerstaan van (verborgen) reclame op televisie, radio en internet. Deze groep

³ Remco Pijpers en Thomas Marteijs (red.) (2008) *Klik en Klaar. Een onderzoek naar surfgedrag en usability bij kinderen* In opdracht van Stichting Mijn Kind Online en 2C Usability.

⁴ SCP (2010), *Contact! Kinderen en nieuwe media*. Onder redactie van prof. dr. Jos de Haan en drs. Remco Pijpers. Bohn Stafleu van Loghum .

ouders legt aan hun kinderen uit dat niets gratis is. Daarnaast waarschuwen zij hun kinderen om geen persoon- en adresgegevens achter te laten.

Figuur 5. Inschatting mediavaardigheden door ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Overall lijkt er weinig verschil te zitten tussen hoe ouders en kinderen zichzelf inschatten. Beide groepen schatten hun mediabewustzijn op dit gebied hoog in. Zoals blijkt uit het figuur, is de enige kritische kanttekening die kinderen bij zichzelf plaatsen het vinden van betrouwbare informatie, hoewel ook hier verreweg het merendeel (62%) opgeeft daar geen moeite mee te hebben. Het is opvallend dat kinderen op relatief jonge leeftijd een groot vertrouwen in eigen kunnen blijken te hebben. In hoofdstuk 3 wordt gekeken naar het daadwerkelijk mediawijze gedrag van de jongeren.

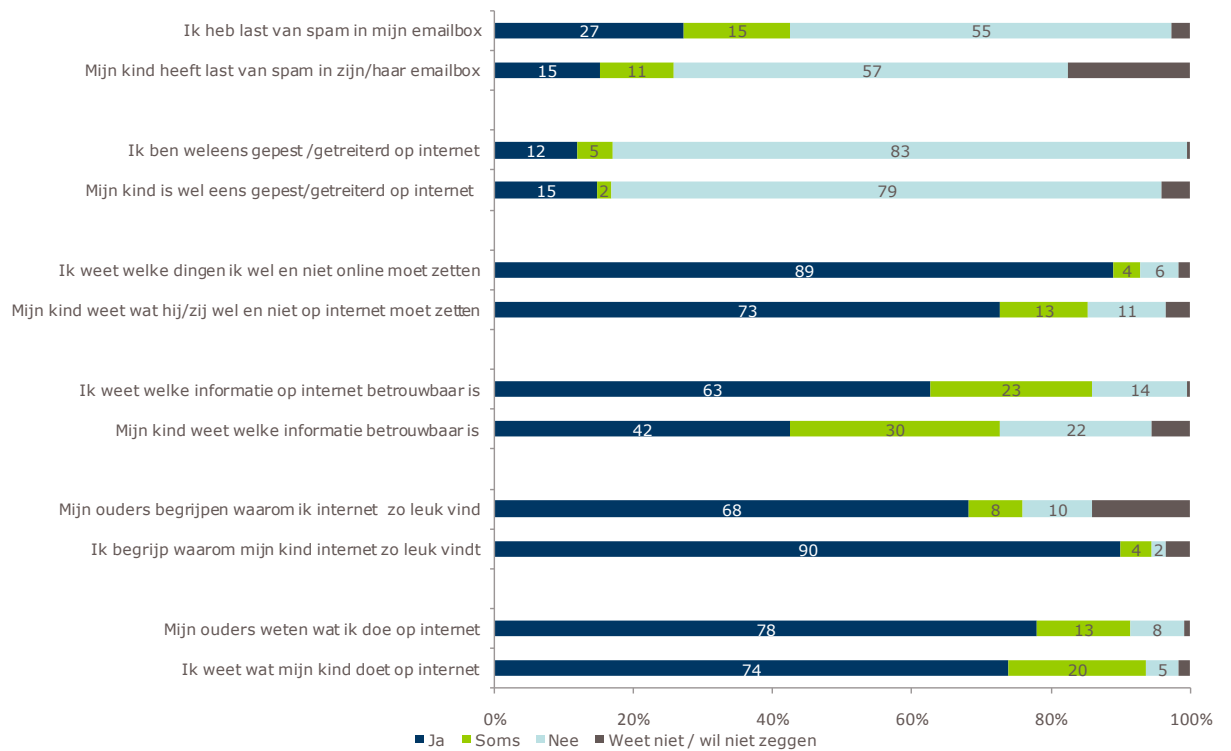
2.3 Krusing ouder en kind perspectief mediabewustzijn

In deze paragraaf wordt uitvoerig ingegaan op het ouder versus kind perspectief van mediabewustzijn. In 2.3.1 staat het inschattingsvermogen van ouders centraal: Hoe schatten zij hun kind in en in hoeverre zijn ze op de hoogte van wat het kind doet op internet. Dit wordt afgezet tegen de visie van het kind. In 2.3.2 wordt dieper ingegaan op de actieve (opvoedende) rol die de ouder zichzelf toedicht met betrekking tot internetgebruik. Een ander aspect dat aan de orde zal komen, zijn eventuele discrepanties in de perceptie van het kind over invulling van deze rol.

2.3.1 Confrontatie beleving kind versus waarneming ouder

In het figuur hieronder is het perspectief van respectievelijk kind (ik weet...; mijn ouders...) en ouder (mijn kind...) geïllustreerd aan de hand van een aantal vragen die aan zowel ouder als kind zijn gesteld. Zo geeft 89% van de jongeren aan dat ze weten wat ze wel en niet online moeten zetten, 73% van de ouders beaamt dit.

Figuur 6. Inschatting internetgebruik door ouders en jongeren over de jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Er is een drietal zaken dat in het bijzonder opvalt in dit figuur:

- (1) Ouders hebben niet altijd weet van de hoeveelheid spam waar kinderen aan worden blootgesteld; een gedeelte van de ouders onderschat dit.
- (2) Ouders schatten hun kind minder mediavaardig in bij de beoordeling van betrouwbare informatie en het vermogen om in te zien wat ze wel/niet online kunnen zetten, in vergelijking met hoe de jongeren zichzelf inschatten.
- (3) Ouders lijken over het algemeen wel in te zien waarom hun kind internet leuk vindt, hoewel de kinderen zich daar wat meer onbegrepen in voelen. Aan de andere kant, hebben ouders wel een goed idee van wat hun kinderen doen op internet (74%). Dit beeld wordt ook bevestigd door de kinderen (78%).

Om bovenstaand verschil verder te analyseren is de mate van overeenstemming tussen hetgeen wat het kind beleeft dan wel het beeld dat diens ouder waarneemt tegen elkaar afgezet. Hiertoe zijn de antwoorden van 190 ouder-kind koppels nader bestudeerd en gekruist.⁵ Feitelijk vormt dit zowel een verdieping (mate van afwijking) alsmede een validatie (gelijke beleving / opvatting) van de verschillen die we reeds hebben kunnen waarnemen bij de totale steekproef. In onderstaande confrontatiediagrammen worden de diverse antwoorden vergeleken. De drie antwoordcategorieën [1: Ja], [2: Soms] en [3: Nee] zijn vanuit het perspectief van de ouder en het kind tegen elkaar uitgezet. Er zijn dus negen (3*3) mogelijkheden, die grofweg in drie "maten" van overeenstemming tussen ouder en kind kunnen worden onderverdeeld.

⁵ De categorie 'weet niet / wil niet zeggen' is bij deze vraag achter wege gelaten waardoor de feitelijke deelverzameling in enkele gevallen lager ligt dan N=190.

- (1) Als er sprake is van volledige overeenstemming; wanneer ouder en kind het dus eens zijn: [Ja, Ja], [Soms, Soms] of [Nee, Nee] , in de groene velden.
- (2) Als er slechts sprake is van gedeeltelijke overeenstemming: [Soms, Ja], [Ja, Soms], [Soms, Nee] of [Nee, Soms] in de lichtblauw gekleurde velden.
- (3) Als er sprake is van contrasterende meningen tussen ouder en zijn kind: Dus [Nee, Ja] of [Ja, Nee] in de donkerblauwe velden.

De percentages in alle negen velden tellen op tot 100%. Indien men een rij horizontaal afleest dan geeft de totaalstelling hiervan het aandeel weer van de ouders die voor dit antwoord hebben gekozen binnen de deelverzameling van N=190. Het combineren van drie cellen in verticale richting biedt het aandeel van kinderen in de deelverzameling van N=190 die ditzelfde antwoord hebben gekozen. De meest interessante inzichten ontstaan door te kijken of er sprake is van volledige overeenstemming (groene velden) dan wel hoge mate van afwijking (donkerblauw) tussen de antwoorden. Hoewel de scheidslijn minder hard (arbitrair) is bij de 'soms' categorie kan dit in enkele gevallen ook waardevol zijn voor discussie, bijvoorbeeld als een ouder aangeeft dat zijn / haar kind nooit ('nee') wordt gepest terwijl het kind 'soms' heeft geantwoord.

Hieronder volgen tien confrontatiediagrammen. Allereerst wordt gekeken naar vervelende dingen op het internet, zoals online pestgedrag en spam in de mailbox van het kind.

Figuur 7. Overeenstemming ouder-kind over pesten en spam ($N_{ouder}=190$; $N_{kind}=190$)

Pesten op internet				Spam in mailbox					
		Kinderen					Kinderen		
		Ja	Soms	Nee			Ja	Soms	Nee
Ouders	Ja	9.6%	0.6%	7.3%	Ouders	Ja	9.9%	4.6%	5.3%
	Soms	0.6%	0.6%	0.0%		Soms	2.0%	3.9%	9.9%
	Nee	4.0%	2.8%	74.6%		Nee	17.1%	7.2%	40.1%
		Mate van overeenstemming					Mate van overeenstemming		
		84.7%					53.9%		
		4.0%					23.7%		
		11.3%					22.4%		

Ouders zijn goed op de hoogte van eventueel gepest/getreiter via internet van hun kind. In bijna 85% van de gevallen geven ouder en kind hetzelfde antwoord. Bij blootstelling van spam in de mailboxen van de kinderen komt een ander beeld naar voren. Ouders weten slechts in beperkte mate (53,9%) of hun kind hieraan wordt blootgesteld. Met name het hoge percentage van kinderen dat zegt hier (soms) last van te hebben (17,1%+7,2%), terwijl de ouders hier geen weet van hebben, baart de nodige zorgen.

Wanneer ouders en hun kinderen worden geconfronteerd met de vraag of ze weten wat ze (of hun kinderen) wel of niet online kunnen zetten en welke informatie betrouwbaar is, ontstaat het volgende beeld (zie Figuur 8).

Figuur 8. Overeenstemming ouder-kind over informatie (online zetten en betrouwbaarheid) ($N_{ouder}=190$; $N_{kind}=190$)

Weten wat wel/niet online te zetten				Weten welke informatie betrouwbaar is					
		Kinderen					Kinderen		
		Ja	Soms	Nee			Ja	Soms	Nee
Ouders	Ja	27.8%	9.1%	6.3%	Ouders	Ja	70.2%	1.7%	2.8%
	Soms	21.0%	10.8%	2.8%		Soms	12.7%	0.6%	0.6%
	Nee	11.4%	6.3%	4.5%		Nee	9.4%	1.1%	1.1%
		Mate van overeenstemming					Mate van overeenstemming		
		43.2%					71.8%		
		39.2%					16.0%		
		17.6%					12.2%		

De mate van overeenstemming tussen ouder en kind over wat wel en niet online gezet kan worden is behoorlijk laag. Ouders zijn veel kritischer op hun kinderen en 11,4% geeft aan dat hun kinderen dat niet kunnen inschatten, terwijl de kinderen daar zelf anders over denken. Bij de vraag of kinderen weten welke informatie op internet betrouwbaar is, is sprake van veel meer consensus. In meer dan 70% van de gevallen zijn ouder en kind het eens. Ook hier zijn de ouders wat kritischer en in 12,2% is er sprake van een totaal contrasterende visie, die vooral wordt veroorzaakt door de kritischere ouders (9,4%).

Tot slot is gevraagd of ouders een idee hebben van wat hun kind doet op internet en of ze begrijpen waarom hun kind sociale media zo leuk vindt. Aan de kinderen is gevraagd of hun ouders op deze twee aspecten begrip vertonen.

Figuur 9. Overeenstemming ouder-kind over kennis en begrip van internetgebruik van kind ($N_{ouder}=190$; $N_{kind}=190$)

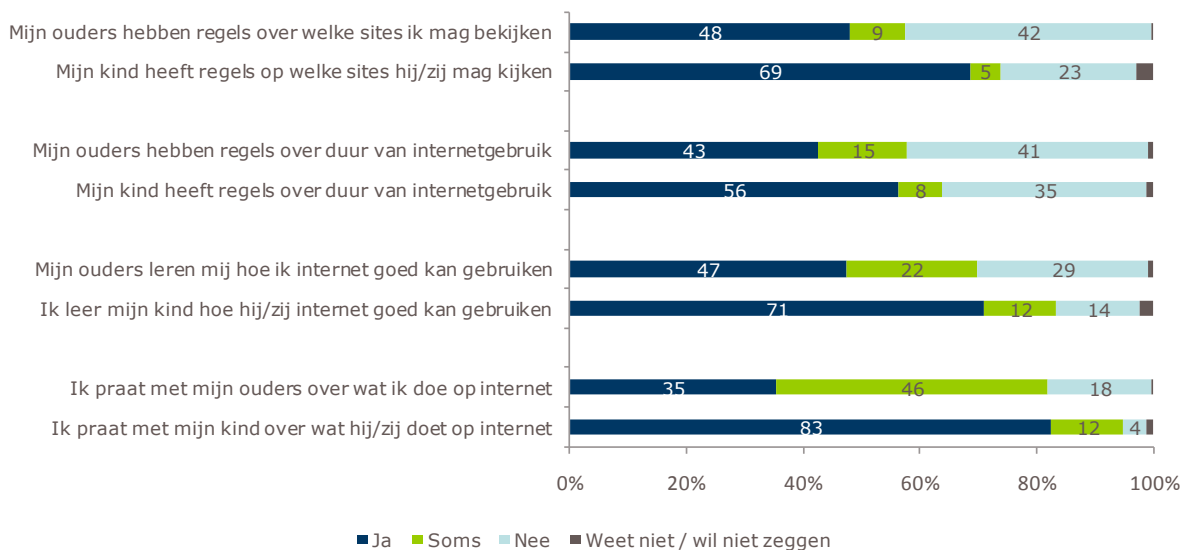
Weten wat kind doet op internet				Begrip voor vermaakfactor van het internet					
		Kinderen					Kinderen		
		Ja	Soms	Nee			Ja	Soms	Nee
Ouders	Ja	61.0%	9.6%	7.9%	Ouders	Ja	75.3%	8.6%	8.6%
	Soms	14.7%	0.6%	0.6%		Soms	1.9%	1.9%	1.9%
	Nee	4.5%	0.6%	0.6%		Nee	0.0%	0.6%	1.2%
		Mate van overeenstemming					Mate van overeenstemming		
		62.1%					78.4%		
		25.4%					13.0%		
		12.4%					8.6%		

In de meeste gevallen (61%) hebben ouders een aardig beeld van wat hun kind doet op internet. Hierbij is dus niet alleen meegenomen wat een ouder denkt te weten wat zijn / haar kind 'uitspookt' op internet, maar wordt dit dus in 61% van de gevallen ook nog eens onderkend door diens kind. Aan de andere kant zijn sommige ouders zelf ook zo eerlijk om aan te geven dat ze slechts gedeeltelijk (14,7%) of zelfs geen (4,5%) idee hebben wat hun kind uitspookt, terwijl hun kinderen in de veronderstelling zijn dat hun ouders dit juist wel weten. Verder weten ouders goed waarom kinderen het internet zo leuk vinden. De enige discrepantie die daar bestaat is dat kinderen vinden dat hun ouders daar slechts gedeeltelijk (8,6%) of geen (8,6%) begrip voor hebben.

2.3.2 Invulling van opvoedende taak met betrekking tot internetgebruik

Waar de vorige paragraaf inging op inschatting van ouders met betrekking tot het internetgebruik van hun kind, gaat deze paragraaf over de invulling van de ouder van de opvoedende rol ten aanzien van het internet. Hieronder is voor alle respondenten (ouders en kinderen) uiteengezet op welke wijze zij deze vragen hebben ingevuld.

Figuur 10. Afspraken ouders en kind over internetgebruik ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Direct springt in het oog dat ouders een beduidend positiever/stringenter beeld over hun opvoedende rol hebben dan wordt ervaren door de kinderen. Het verschil in beantwoording tussen ouders en kinderen, varieert tussen de 13% en 48%. Kinderen ervaren in veel mindere mate dat zij te maken hebben met regels over internetduur en type sites dat bekeken mag worden. De grootste verschillen echter bestaan niet bij regels over internetgebruik, maar ten aanzien van communicatie over internetgebruik met het kind. 83% van de ouders zegt te praten met hun kind over wat ze doen op internet, terwijl slechts 35% van de kinderen dit onderschrijft. Daarbij geeft 71% van de ouders aan dat ze hun kinderen daadwerkelijk leren om te gaan met internet. Een aanzienlijk kleiner deel van de kinderen heeft hier hetzelfde beeld bij.

Figuur 11. Overeenstemming ouder-kind over regels internetgebruik voor kind ($N_{ouder}=190$; $N_{kind}=190$)

Regels over duur van internetgebruik				Regels over type sites dat bekeken mag worden					
		Kinderen					Kinderen		
		<i>Ja</i>	<i>Soms</i>	<i>Nee</i>			<i>Ja</i>	<i>Soms</i>	<i>Nee</i>
Ouders	<i>Ja</i>	32.3%	7.0%	14.5%	Ouders	<i>Ja</i>	34.8%	8.7%	23.4%
	<i>Soms</i>	3.2%	2.2%	4.3%		<i>Soms</i>	3.8%	0.0%	2.7%
	<i>Nee</i>	8.1%	5.9%	22.6%		<i>Nee</i>	10.9%	2.7%	13.0%
		Mate van overeenstemming					Mate van overeenstemming		
		57.0%					47.8%		
		20.4%					17.9%		
		22.6%					34.2%		

Het beeld dat in bovenstaande figuren wordt gekenschetst, stemt overeen met Figuur 10. Over het algemeen zijn ouders van mening dat er duidelijke regels gelden, maar ervaren de kinderen dat niet als zodanig. Bij regels over het type sites dat bekeken mag worden, is er slechts sprake van overeenstemming tussen ouders en kind in minder dan de helft (47,8%) van de gevallen. 23,4% van de kinderen geeft hier aan geen regels te hebben over het type sites dat ze mogen bekijken, terwijl hun ouders die wel op (trachten te) leggen.

De mate waarin ouder en kind elkaar vinden ligt nog verder uiteen bij de visie op praten over internetgebruik en leren om internet goed te gebruiken (zie Figuur 12).

Figuur 12. Overeenstemming ouder-kind over praten en leren over internetgebruik ($N_{ouder}=190$; $N_{kind}=190$)

Praten met elkaar over internetgebruik				Leren om internet goed te gebruiken					
		Kinderen					Kinderen		
		<i>Ja</i>	<i>Soms</i>	<i>Nee</i>			<i>Ja</i>	<i>Soms</i>	<i>Nee</i>
Ouders	<i>Ja</i>	28.0%	40.3%	14.5%	Ouders	<i>Ja</i>	34.8%	16.0%	18.2%
	<i>Soms</i>	3.8%	7.5%	2.2%		<i>Soms</i>	5.5%	5.0%	3.9%
	<i>Nee</i>	1.1%	2.2%	0.5%		<i>Nee</i>	6.1%	5.0%	5.5%
		Mate van overeenstemming					Mate van overeenstemming		
		36.0%					45.3%		
		48.4%					30.4%		
		15.6%					24.3%		

Ook hier is sprake van relatief weinig overeenstemming tussen ouder en kind. Waar de ouders een veelal positief beeld hebben van de mate waarin ze praten over het internetgebruik van hun kind en ook pogen om hun kind op een goede manier te laten omgaan met het internet, ervaren de kinderen dit in mindere mate. Wat verklaart dit verschil? Is hier sprake van een monoloog (ouder richting kind), een andere opvatting over de term 'praten' en / of houden kinderen in de praktijk informatie achter voor hun ouders? Mogelijkerwijs heeft dit verschil ook te maken met de naïviteit van sommige ouders die denken hun kinderen iets bij te leren terwijl de kinderen in hun beleving op tal van terreinen van het internet (b.v. omgang met sociale media) een onopgemerkte "voorsprong" hebben ten opzichte van hun ouders.

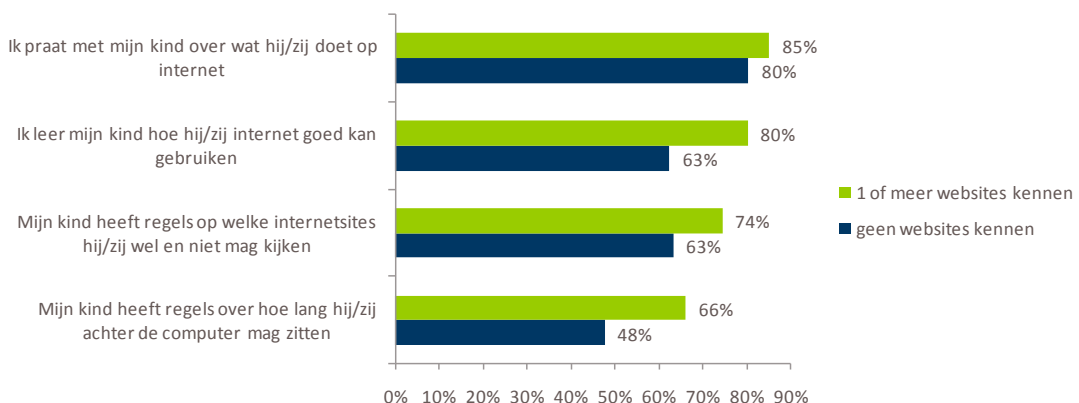
De ouders in het dagboekpanel melden dat alle onderwerpen in principe bespreekbaar zijn. Ouders willen thuis een veilige basis bieden waar hun kind alles kan bespreken: "De openheid waarmee je dingen bespreekt met je kind draagt in grote mate bij aan het plezier dat je als gezin beleeft aan dit fenomeen. Alles afsluiten en achter filters zetten is voor mij geen optie. Het bespreekbaar maken van "gevaarlijke zaken" op internet geeft vertrouwen en inzicht bij de kinderen."

Ondanks deze dialoog valt met praten mogelijk niet alles te voorkomen. Dit blijkt uit de voorbeelden die ouders beschrijven waarbij hun kinderen negatieve ervaringen hebben meegemaakt doordat een kind bijvoorbeeld is gaan 'chatten met een onbekende' gevolgd door een afspraak. Uiteraard levert dit wel genoeg voer op voor discussie na een dergelijk incident.

2.3.3 Invloed programma's op ouders

Een interessante vraag is of ouders die op de hoogte zijn van bestaande websites rond mediawijsheid (mijnkindonline.nl of mediawijzer.net) hun kinderen anders opvoeden rond internet dan ouders die niet op de hoogte zijn van deze websites. In Figuur 13 staat het percentage ouders weergegeven die aangeven te praten met hun kinderen of regels hebben rondom internet. Ouders die hebben aangegeven 1 of meerdere websites te kennen, zijn daarin vergeleken met ouders die aangeven geen websites rond het thema mediawijsheid te kennen.

Figuur 13. Maatregelen ouders uitgesplitst naar bekendheid met mediawijsheid websites ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Uit de bovenstaande figuur blijkt dat ouders die de websites kennen, vaker aangeven regels te hebben en te praten met hun kind. Het grootste verschil tussen deze twee groepen ouders is zichtbaar bij regels over hoe lang het kind achter de computer mag zitten; 66% van de ouders die op de hoogte is van een of meer websites heeft regels over de computertijd tegenover 48% van de andere groep ouders.

Ouders die een of meerdere websites van mediawijsheid kennen, hanteren vaker regels voor hun kinderen. Tegelijkertijd schatten deze ouders de vaardigheden van hun kinderen hoger in dan de ouders die geen websites rond mediawijsheid kennen. Zo geven ouders met kennis van mediawijsheid-websites vaker aan dat hun kinderen weten welke informatie betrouwbaar is of hoe ze om moeten gaan met werk van anderen (auteursrecht). Een uitzondering is kennis over reclame bij hun kinderen, ouders die geen websites kennen geven vaker aan dat hun kind reclame kan onderscheiden ten opzichte van de andere ouders. In welke mate bovengenoemde verschillen kunnen worden toegeschreven aan (als een effect van) de blootstelling aan deze websites valt niet vast te stellen. Verder geldt dat de ouders is gevraagd of ze bekend zijn met de websites en niet perse diens inhoud hoeven te kennen (*de klok horen luiden maar weet niet waar de klepel hangt*). Nader onderzoek moet aantonen of de ouders daadwerkelijk anders zijn gaan handelen (maatregelen) onder invloed van deze websites of programma's.

3 Vaardigheden

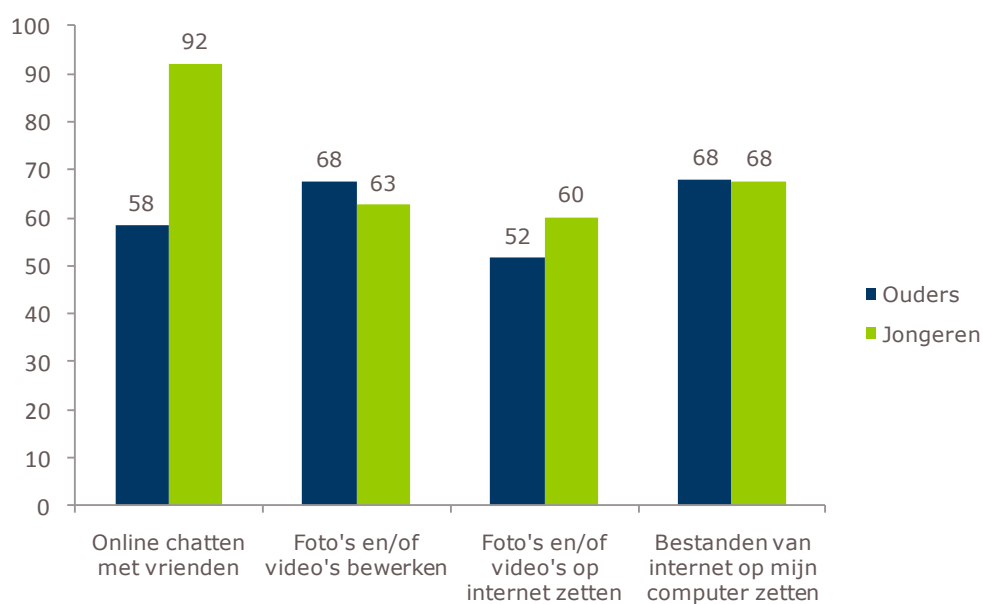
3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op onderzoeksvraag twee. In de enquête is uitgevraagd welke vaardigheden jongeren en hun ouders hebben en hoe ze omgaan met internet, bijvoorbeeld bij het zoeken van informatie en het omgaan privégegevens op internet. De vaardigheden worden in dit hoofdstuk behandeld aan de hand van de programmalijnen van mediawijsheid, de eerste lijn is *mediavaardigheden en -bewustzijn*. Hieronder vallen praktische vaardigheden (3.2), informatie en strategische vaardigheden (3.3), mediabewustzijn en verantwoord gebruik (3.4). Daarnaast bestaat mediawijsheid uit het *stimuleren van participatie* en *innovatie*. Deze beide lijnen, waaronder ook sociale media vallen, worden besproken in 3.5.⁶

3.2 Praktische vaardigheden

In de enquête is ouders en jongeren gevraagd aan te geven in hoeverre ze praktische internetvaardigheden bezitten, zoals chatten of in staat zijn om foto's en/of video's op internet zetten. Bijna alle jongeren (92%) geven aan dat ze kunnen chatten, tegenover 58% van de ouders. In Figuur 14 staat een overzicht van het percentage ouders en jongeren dat aangeeft over bepaalde vaardigheden te beschikken.

Figuur 14. Praktische vaardigheden van ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Ouders die vaker per dag en al langere tijd internet gebruiken, schatten zich vaardiger in dat ouders die minder lang op internet zitten. Naarmate het opleidingsniveau van de

⁶ Deze indeling, die in dit hoofdstuk vaker zal worden aangehaald, is te vinden in de Regeling mediawijsheid expertisecentrum, 2009. Te vinden op: <http://www.onderwijsregelingen.nl/documenten/Regeling%20Mediawijsheid%20Expertisecentrum%202010%20vs%201.pdf>

ouders stijgt, stijgt ook de mate waarin ze aangeven de bovenstaande vaardigheden te bezitten met uitzondering van chatten. De leeftijd van de ouder heeft geen invloed op hoe vaardig de ouders zich inschatten op de bovenstaande punten, eveneens heeft de leeftijd van het kind geen invloed op de vaardigheden van de ouders.

Bij de jongeren heeft de leeftijd wel degelijk invloed op de vaardigheden die ze aangeven te hebben. De jongeren van 14 jaar, geven vaker aan de genoemde vaardigheden te bezitten in vergelijking met de nog jongere respondenten (10-12). Jongeren met oudere broers of zussen schatten zich vaardiger in dan jongeren die geen oudere broers of zussen hebben. De opleiding van de ouders heeft ook invloed; hoe hoger opgeleid de ouders, hoe meer de jongeren aangeven de vaardigheden te bezitten.

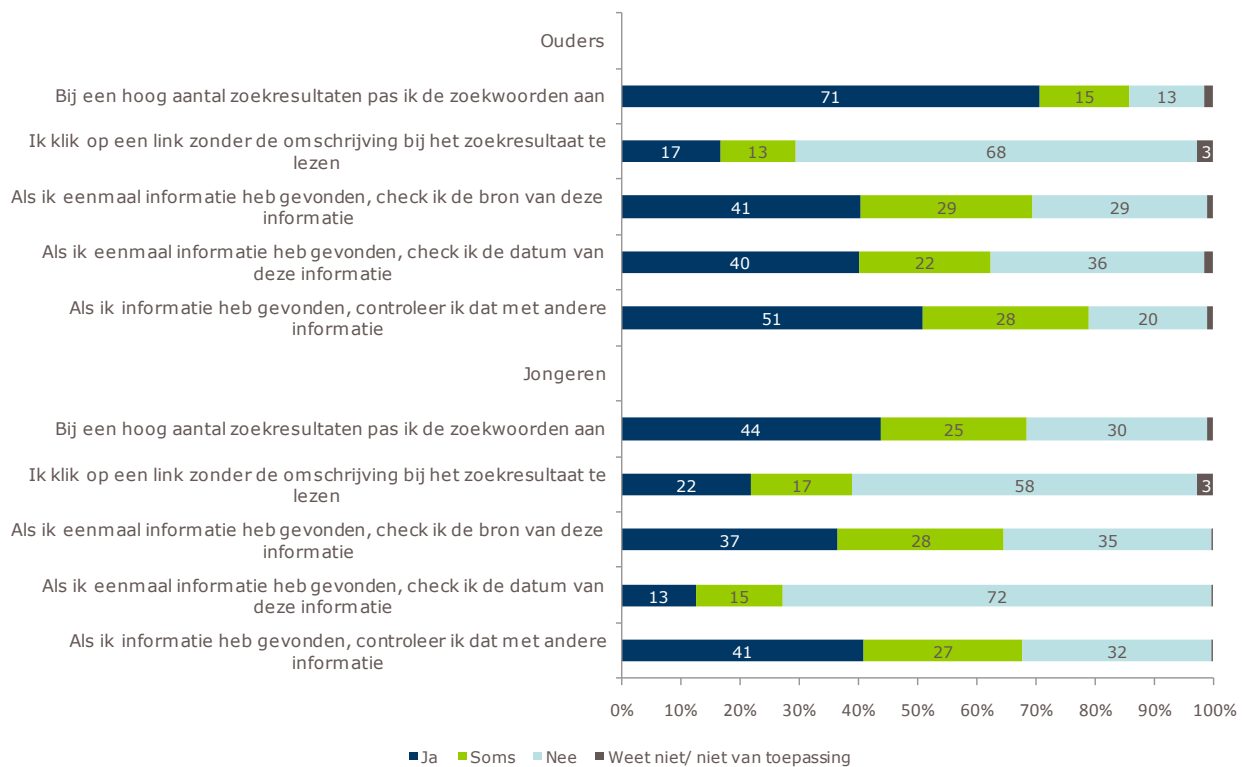
Meest opvallend zijn de verschillen tussen jongeren op het basisonderwijs en jongeren op het voortgezet onderwijs. Jongeren op het basisonderwijs geven aan over minder praktische computervaardigheden te beschikken. Net als bij de ouders, geldt dat hoe langer jongeren per dag achter internet zitten, hoe vaker ze aangeven deze vaardigheden te bezitten. Ook jongeren die een bovengemiddeld aantal minuten televisie kijken (meer dan 90 minuten per dag) vinden zich iets vaardiger dan jongeren die minder vaak achter de televisie zitten.

3.3 Informatie & strategische vaardigheden

In de enquête is ouders en jongeren eveneens gevraagd naar hun informatievaardigheden, zoals het zoeken naar informatie en het bepalen van de betrouwbaarheid van informatie. In Figuur 15 staat een overzicht van het percentage ouders en jongeren dat aangeeft de genoemde vaardigheden te bezitten. Een groot deel van de ouders (71%) past de zoektermen aan bij een hoog aantal zoekresultaten, bij de jongeren ligt dit percentage lager (44%).

Zoals in paragraaf 2.2 (Figuur 5) was beschreven, geeft een ruime meerderheid van de ouders (74%) en jongeren (62%) aan dat ze weten hoe ze betrouwbare informatie moet vinden op internet. Dit plaats de antwoorden in Figuur 15 in een ander perspectief; hoewel de meerderheid aangeeft te weten hoe om te gaan met informatie, is het aantal respondenten dat aangeeft de informatie, bron of datum te controleren een stuk lager.

Figuur 15. Informatie & strategische vaardigheden van ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Ouders met een hogere opleiding controleren vaker de bron van informatie en datum bij zoekresultaten. Ook gaan zij de inhoud van de gevonden informatie vaker na met andere bronnen in vergelijking met ouders met een lagere opleiding. De ouders die vaker internet gebruiken lijken ook mediawijzer te zijn dan de ouders die minder vaak internet gebruiken. De ouders die veel internet gebruiken kijken eveneens vaker naar de bron van de zoekresultaten, de datum van de informatie en controleren de inhoud van de gevonden informatie met andere bronnen.

Jongeren scoren vergelijkbaar (in het geval van het lezen van de omschrijving bij de zoekresultaten) of lager dan hun ouders wanneer het gaat om gedrag rond informatievaardigheden. Zo wordt de actualiteit van informatie door ruim 70% van de jongeren niet gecheckt. Jongeren die veel lezen (boeken, tijdschriften e.d.) geven aan vaker de bron van informatie te checken. De informatievaardigheden van de jongeren verschillen onderling sterk en de verschillen zijn niet duidelijk te verklaren door bijvoorbeeld mate van internetgebruik of leeftijd. Jongeren die actief zijn op internet en sociale media gebruiken en / of oudere jongeren passen vaker zoektermen aan en controleren vaker de gevonden informatie met andere bronnen.

3.3.1 Zoekopdrachten in de mediales

Tijdens de medialessen hebben leerlingen zoekopdrachten via internet uitgevoerd. De jongeren beginnen bijna allemaal met Google. Vervolgens typen de leerlingen de te beantwoorden vraag integraal in, enkele leerlingen gebruiken de belangrijkste termen uit de vraag. Na het intypen van de zoekvraag wordt nagegaan welke website leerlingen aanklikken en waarom. De basisschoolleerlingen geven aan dat ze een website aanklikken omdat 'de beschrijving bij het zoekresultaat goed was', vmbo en havo leerlingen geven vaak aan dat ze voor een bepaald resultaat kiezen omdat 'het een van de eerste

zoekresultaten was'. Uit de gekozen websites van de leerlingen blijkt dat leerlingen niet verder kijken dan de eerste pagina met zoekresultaten.

Wanneer we leerlingen vragen een andere website te openen waarmee ze antwoord kunnen vinden op dezelfde vraag, wordt veelal dezelfde zoekstrategie gevolgd en ook de zoektermen worden zelden aangepast. Dat geldt ook voor de vraag over speelgoed uit het jaar 1500. Dit was voor leerlingen een lastige vraag omdat de zoekterm '1500' en 'speelgoed' leidt tot zoekresultaten met puzzels van 1500 stukjes of 1500 games die via bol.com te kopen zijn. Jongeren zijn niet geneigd snel een andere zoekterm (voor 1500 kunnen ze bijvoorbeeld vroeger of middeleeuwen gebruiken) te bedenken om een meer relevant resultaat te krijgen. Dit geldt voor zowel basisschoolleerlingen, vmboleerlingen als havoleerlingen, hoewel in deze laatste groep een enkeling wel de vertaalslag naar "middeleeuwen" weet te maken. Daarnaast blijkt de resultatenpagina van Google op zichzelf al als een mogelijkheid te worden gezien om antwoorden te vinden. De leerlingen gaan in de beschrijvingen bij de zoekresultaten na of de websites overeenstemming hebben met elkaar en schrijven vervolgens dat op, zonder de websites daadwerkelijk grondig te lezen. Zo komen leerlingen bijna unaniem op Robert Edwin Peary als ontdekker van de Noordpool.

Figuur 16. Google resultaten pagina is voldoende voor het antwoord op de vraag

The screenshot shows a Google search results page for the query "wie heeft noordpool ontdekt". The search bar at the top contains the query and a "Zoeken" button. Below the search bar, it indicates "Ongeveer 19.100 resultaten (0,17 seconden)" and a link to "Uitgebreid zoeken". The results list several links, each with a title, a star icon, and a brief description. The first result is "De smelting van het Noordpoolijs - Ontdekking noorpool" with a description about a research question. The second is "De Zuidpool en de Noordpool, Ijs en Eskimo's | Dier en natuur: Natuur" with a date of 18 maart 2007. The third is "Elsevier.nl - Wetenschap - Nieuwe eilanden ontdekt op de Noordpool" with a date of 21 aug 2007. The fourth is "Noord en Zuid pool - informatie over de noordpool" with a date of 6 feb 2007. The fifth is "antarctica" with a description of the name's origin. The sixth is "Beroemde Pioniers (baanbrekers) | Kunst en cultuur: Mensen" with a date of 16 sept 2007. The seventh is "Eilanden op Noordpool ontdekt | Columbus Magazine" with a date of 21 augustus 2007. The eighth is "Robert Edwin Peary - Wikipedia" with a description of his discovery. The ninth is "'Komende zomer veel smeltend ijs op Noordpool' - Scientias.nl" with a date of 5 feb 2010. The tenth is "Noordpool / Landen ruziën om schat onder smeltend poolijs - Trouw" with a date of 13 juli 2007.

wie heeft noordpool ontdekt

Ongeveer 19.100 resultaten (0,17 seconden) [Uitgebreid zoeken](#)

[De smelting van het Noordpoolijs - Ontdekking noorpool](#) ☆
Onderzoeksvraag 5: **Wie heeft de Noordpool ontdekt?** Waarschijnlijk is de Noordpool **ontdekt** door Robert Edwin Peary. Of hij echt op de **Noordpool** is geweest en ...
[denoordpoolsmelt.come2me.nl/.../Ontdekking-noorpool](#) - In cache - Vergelijkbaar

[De Zuidpool en de Noordpool, Ijs en Eskimo's | Dier en natuur: Natuur](#) ☆
18 maart 2007 ... **Ontdekking** van de Zuidpool en de **Noordpool** In 1910 begonnen de voorbereidingen v... ... Poolvos – deze vos **heeft** in de winter een witte vacht, in de zomer een ... **Wie** bereikte de **Noordpool** als eerste en **wie** de Zuidpool? ...
[dier-en-natuur.infonu.nl/.../3244-de-zuidpool-en-de-noordpool-ijs-en-eskimos.html](#) - In cache - Vergelijkbaar

[Elsevier.nl - Wetenschap - Nieuwe eilanden ontdekt op de Noordpool](#) ☆
21 aug 2007 ... Op de **Noordpool** zijn tot nu toe onbekende eilanden tevoorschijn gekomen ... Tweede-Kamerleden **Wie** is er nog vrijgezel en **wie heeft** de ...
[www.elsevier.nl › Wetenschap - In cache](#)

[Noord en Zuid pool - informatie over de noordpool](#) ☆
6 feb 2007 ... Dat komt, omdat toen deze mensen **ontdekt** werden, men zag, dat ze rauw vlees aten. ... Als een goede bestuurder de teugels in handen **heeft**, kunnen de ... Uiteindelijk vroeg Raaf **wie** de man was en waar hij vandaan kwam. ...
[ijswereld.skynetblogs.be/.../informatie-over-de-noordpool](#) - In cache - Vergelijkbaar

[antarctica](#) ☆
De geschiedenis: **wie heeft** Antarctica **ontdekt**. ... De naam Antarctica is afgeleid van anti = tegen en Arctica = **Noordpool** dus letterlijk betekent het de ...
[www.spreekbeurten.info/antarctica1.html](#) - In cache - Vergelijkbaar

[Beroemde Pioniers \(baanbrekers\) | Kunst en cultuur: Mensen](#) ☆
16 sept 2007 ... **Wie** bereikte de Zuidpool als eerste en **wie** de **Noordpool**? Zuidpool. ... **Wie ontdekte** Amerika, maar dacht eerst dat het Indië was? ...
[kunst-en-cultuur.infonu.nl/.../8644-beroemde-pioniers-baanbrekers.html](#) - In cache - Vergelijkbaar

[Eilanden op Noordpool ontdekt | Columbus Magazine](#) ☆
Eilanden op **Noordpool ontdekt**. Gepubliceerd op 21 augustus 2007. ... De vraag is nu **wie** het gebied waar de eilanden liggen op gaat eisen. ...
[www.columbusmagazine.nl/.../eilanden_op_noordpool_ontdekt.html](#) - In cache

[Robert Edwin Peary - Wikipedia](#) ☆
Aan het eind van de eeuw, werd de **Noordpool** als de laatste niet **ontdekte** ... Tegenwoordig wordt algemeen betwijfeld of Peary de pool wel echt **heeft** bereikt. ...
[nl.wikipedia.org/wiki/Robert_Edwin_Peary](#) - In cache - Vergelijkbaar

['Komende zomer veel smeltend ijs op Noordpool' - Scientias.nl](#) ☆
5 feb 2010 ... De Indiase Chandrayaan-1 ruimtesonde **heeft** ijs **ontdekt** op de ... **Wie heeft** er een foto gemaakt van de **Noordpool** in de warme middeleeuwen? ...
[www.scientias.nl/komende...noordpool/3944](#) - In cache - Vergelijkbaar

[Noordpool / Landen ruziën om schat onder smeltend poolijs - Trouw](#) ☆
13 juli 2007 ... Niemand weet, van **wie** de **Noordpool** eigenlijk is. ... waar elk aan zee grenzend land recht op **heeft**, komt men er niet uit. ... Niet waar, het rif is door een Rus – Michail Lomonosov – **ontdekt**, heet dus het Lomonosov Rif ...
[www.trouw.nl/groen/article1649817.ece](#) - Vergelijkbaar

Wanneer we leerlingen vragen of ze de gevonden website begrijpbaar, betrouwbaar en bruikbaar⁷ vinden voor het beantwoorden van de gestelde vragen, geven ze veelal een positief antwoord. Uit de discussie die we achteraf met de kinderen hebben gehouden, blijkt dat ze de gevonden website niet duidelijk beoordelen op deze punten. De leerlingen lezen nauwelijks wat er op de website staat en willen zo snel mogelijk en zonder veel moeite de opdracht uitvoeren. De havo-leerlingen bleken kritischer te zijn ten opzichte van de verschillende sites dan de basisschool- en vmbo leerlingen. Bij de vraag wie de Noordpool heeft ontdekt, gaf ongeveer de helft aan niet helemaal zeker te zijn van het antwoord. Bij de vmbo groep bestond deze twijfel veel minder.

De jongeren weten duidelijk aan te geven waaraan een website volgens hen moet voldoen om als betrouwbaar te worden beschouwd. Leerlingen van de basisschool kijken naar de lay-out van de pagina en of de tekst 'betrouwbaar' lijkt. Dit bepalen sommige leerlingen door de hoeveelheid moeilijke woorden, maar ook door de herkomst van een site; een site van een museum wordt als betrouwbaar gezien. Opvallend is dat leerlingen Wikipedia vaak als niet begrijpelijk en onbetrouwbaar bestempelen. De moeilijke woorden worden niet altijd uitgelegd en ze weten dat iedereen de teksten zou kunnen bewerken. Waarschijnlijk weten ze door de voorlichting op school dat ze Wikipedia niet altijd als bron kunnen vertrouwen.

"Nou er staan zoveel moeilijke woorden op die kloppen dat het wel uit een mond van een professor moet komen."

Dit is in tegenstelling met de leerlingen op het vmbo die aangeven Wikipedia niet altijd begrijpen, maar wel een betrouwbare site vinden. De betrouwbaarheid en bruikbaarheid van een site wordt volgens de vmbo-leerlingen deels bepaald door de virusscanner van de school. Als de virusscanner de informatie van de website als 'veilig' bestempelt, wordt het door leerlingen als een betrouwbare en bruikbare site gezien. De leerlingen die ingaan op de betrouwbaarheid van de content, geven aan dat de lay-out van de website belangrijk is. Enerzijds moeten er goede afbeeldingen op de site staan, anderzijds geldt dat een site met veel tekst door de jongeren als betrouwbaarder wordt beschouwd. Wanneer de informatie begrijpelijk is, wordt de website ook als betrouwbaar gezien. Een enkeling geeft aan te kijken naar de schrijver onderaan de tekst, de bron te checken of te kijken naar de URL ('van welke website de informatie komt'). Een groot deel van de leerlingen geeft aan dat ze 'wel kan zien' of een site betrouwbaar is, omdat ze 'er verstand van hebben'.

De havisten zijn iets kritischer. Zij geven als dominante reden voor betrouwbaarheid en bruikbaarheid aan dat er gekeken moet worden naar informatie op andere websites die de informatie bevestigen. Ook zijn ze juist gevoelig voor serieus taalgebruik op de websites. Ook hier komt echter terug dat een groen vinkje (van de virusscanner van de school of thuis) een indicator is voor betrouwbaarheid en bruikbaarheid van informatie.

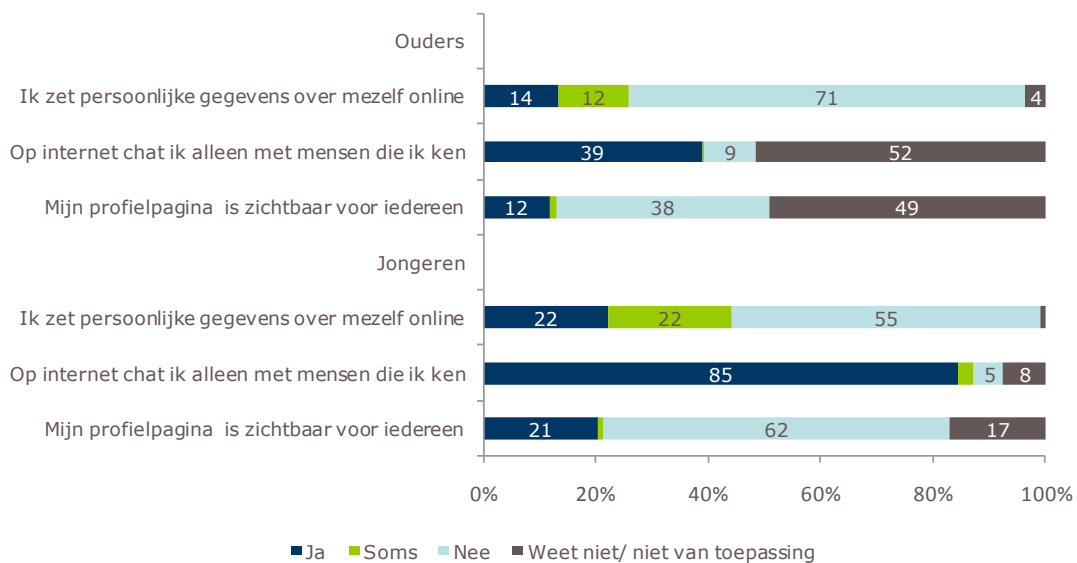
De zoekopdracht in de medialessen heeft het patroon blootgelegd dat leerlingen met name moeite hebben met "gericht zoeken", hetgeen bleek uit de speelgoed zoekopdracht. Daarnaast lezen ze de gevonden informatie niet goed door, wat bleek uit de Noordpool opdracht. Oneerbiedig gezegd lijken leerlingen vooral de "kantjes eraf te lopen". Ze zien het nut ook vaak niet in van het controleren van meerdere bronnen. Deze bevindingen kunnen getekend zijn doordat leerlingen geen cijfer kregen voor de voorgelegde zoekopdrachten, maar het beeld werd bevestigd door de docenten van de groepen waar de experimenten werden gehouden (ook in een werkstuk context).

⁷ Deze indeling is gebaseerd op de mediales Surfplank voor kinderen, te vinden op: http://www.medialessen.nl/lessen/surfplank_voor_kinderen

3.4 Mediabewustzijn en verantwoord gebruik

De programmatische *mediavaardigheden en -bewustzijn* kent naast de thema's praktische vaardigheden en informatie- en strategische vaardigheden ook mediabewustzijn en verantwoord gebruik & veiligheid. Mediabewustzijn is de bewustwording van de rol die media in de maatschappij spelen, zoals het erkennen van de dubbele rol die Nederlanders hebben als mediaconsumenten en mediaproductanten en het herkennen van verschillende vormen van reclame-uitingen. Het andere thema is gericht op veilig mediagebruik, zoals het voorkomen van spam en sociale en ethische aspecten van internetgebruik, bijvoorbeeld de omgang met persoonlijke informatie. Omgang met reclame-uitingen is in paragraaf 2.2 besproken en komt in deze paragraaf niet verder aan de orde.

Figuur 17. Verantwoord internetgebruik van ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Uit Figuur 17 valt meteen op dat veel ouders geen antwoord hebben op de stellingen over verantwoord internetgebruik. Dit kan zijn omdat ze de toepassingen zoals chatten of profielsites niet gebruiken of omdat ze niet weten hoe ze bepaalde handelingen veilig kunnen uitvoeren. De eerste verklaring ligt het meest voor de hand; zo laat Figuur 20 zien dat Hyves onder ouders het meest gebruikte (35%) sociale medium is. Daarbij valt op dat bij de groep ouders die veel gebruik maken van internet, een groter aandeel persoonlijke gegevens online zet, dan de ouders die minder gebruik maken van internet.

Bij de jongeren zetten de oudere kinderen meer persoonlijke informatie online, maar dit doen ook de jongeren die veel televisie kijken, veel sociale media gebruiken en jongeren die een oudere broer of zus hebben. Dat is opvallend omdat de jongeren die vaker sociale media gebruiken dan hun leeftijdsgenoten aangeven meer informatievaardigheden te hebben (vaker zoektermen aanpassen en de gevonden informatie controleren). Aan de andere kant zetten ze vaker persoonlijke informatie online. Blijkbaar is er dus een belangrijk verschil tussen de zoekvaardigheden en het inzien van risico's van internetgebruik.

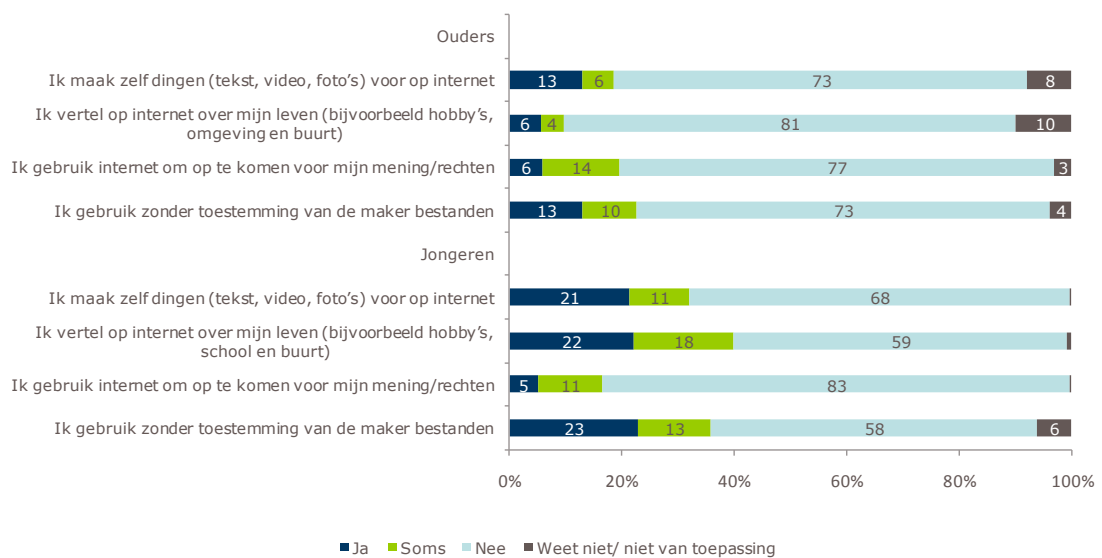
Er lijkt de nodige spanning te bestaan tussen de stellingen uit Figuur 17 en de inschatting van ouders en jongeren uit Figuur 5. Uit dit figuur blijkt dat 82% van de ouders en 88% van de jongeren aangeeft te weten welke dingen wel en niet op internet kunnen worden geplaatst. Toch zet 44% van de jongeren (soms) persoonlijke gegevens online. Dit laatste hoeft niet altijd een probleem te zijn (bijvoorbeeld een voornaam invullen om een account

aan te maken), maar een (lichte) overschatting van de eigen vaardigheden, lijkt zowel bij jongeren als ouders aanwezig.

3.5 Activeren participatie en innovatie

In deze paragraaf wordt ingegaan op de tweede en derde programmalijn van mediawijzer.net, te weten *het stimuleren en activeren van participatie binnen de maatschappij*. Hieronder valt het ontwikkelen van kennis en vaardigheden om zelfstandig media te maken; het activeren van burgers om hun positie in de maatschappij te versterken, maar ook de omgang met auteursrecht. De derde programmalijn richt zich op *innovatief en experimenteel mediagebruik*, bijvoorbeeld de rol van de 'prosumert' (het zelf maken van content) in de maatschappij. We gaan hierbij in het bijzonder in op het gebruik van sociale media.

Figuur 18. Activerend en innovatief internetgebruik van ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Innovatief en activerend internetgebruik is laag, zo laat Figuur 18 zien. Het merendeel van de ouders en van de jongeren maakt (nog) geen gebruik van de mogelijkheid om zelf content te maken voor internet of om op te komen voor eigen rechten. Jongeren zijn wel actiever dan ouders en maken vooral gebruik van internet om over zichzelf te vertellen of dingen te maken voor op internet. Hoger opgeleide ouders en ouders die veel gebruik maken van internet, gebruiken internet vaker om op te komen voor hun rechten/mening.

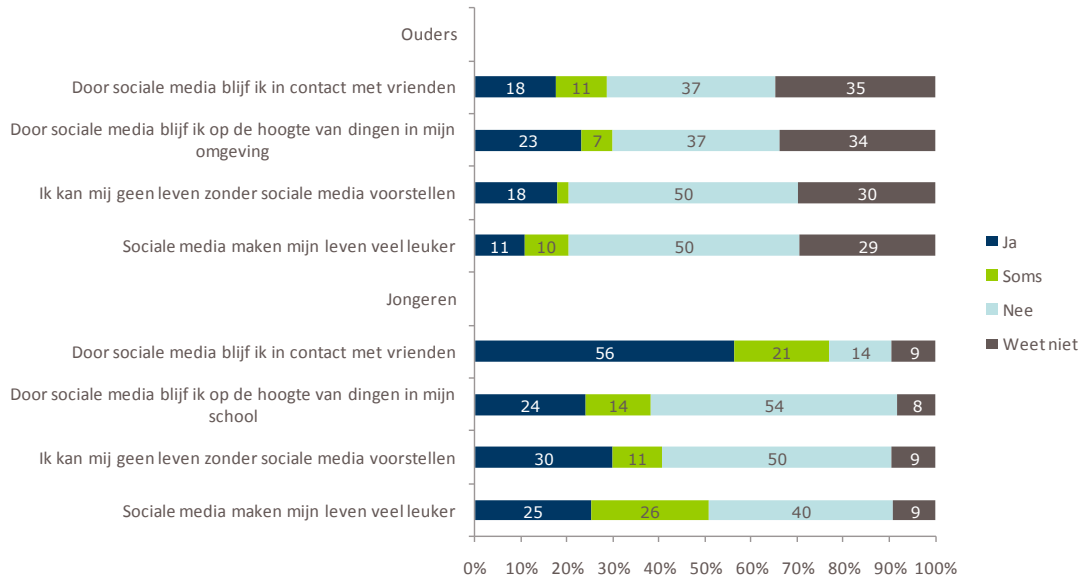
Ouderen gaan bewuster om met auteursrechten dan jongeren. Het percentage respondenten dat zonder toestemming van de maker, bestanden gebruikt is bij de jongeren hoger dan bij de ouders. Het gedrag rondom auteursrecht komt redelijk overeen met de inschatting van ouders en jongeren. 70% van de jongeren geeft aan te weten wanneer bestanden gebruikt mogen worden (zie Figuur 5), tegenover 36% van de jongeren die (soms) zonder toestemming van de maker bestanden gebruiken. Bij de ouders geeft 75% aan dat ze weten wanneer ze bestanden mogen gebruiken, waarbij 23% zonder toestemming bestanden gebruikt.

3.5.1 Ouders en sociale media

Van alle sociale media wordt door ouders het meest gebruik gemaakt van Hyves. In het afgelopen jaar hebben meer ouders gebruik gemaakt van Hyves (35%) dan van LinkedIn

(15%). Jongere ouders zitten vaker op Hyves dan oudere ouders, terwijl Twitter en LinkedIn weer vaker door ouders van een hogere leeftijd wordt gebruikt. Hoe vaker internet op een dag wordt gebruikt door ouders en hoe langer ouders al internet gebruiken, hoe meer gebruik wordt gemaakt van sociale media. De leeftijd van het kind heeft geen effect op het gebruik van sociale media van de ouders. Oudere kinderen gebruiken vaker sociale media, maar het gebruik van hun ouders stijgt niet mee.

Figuur 19. Participatie en innovatie door ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



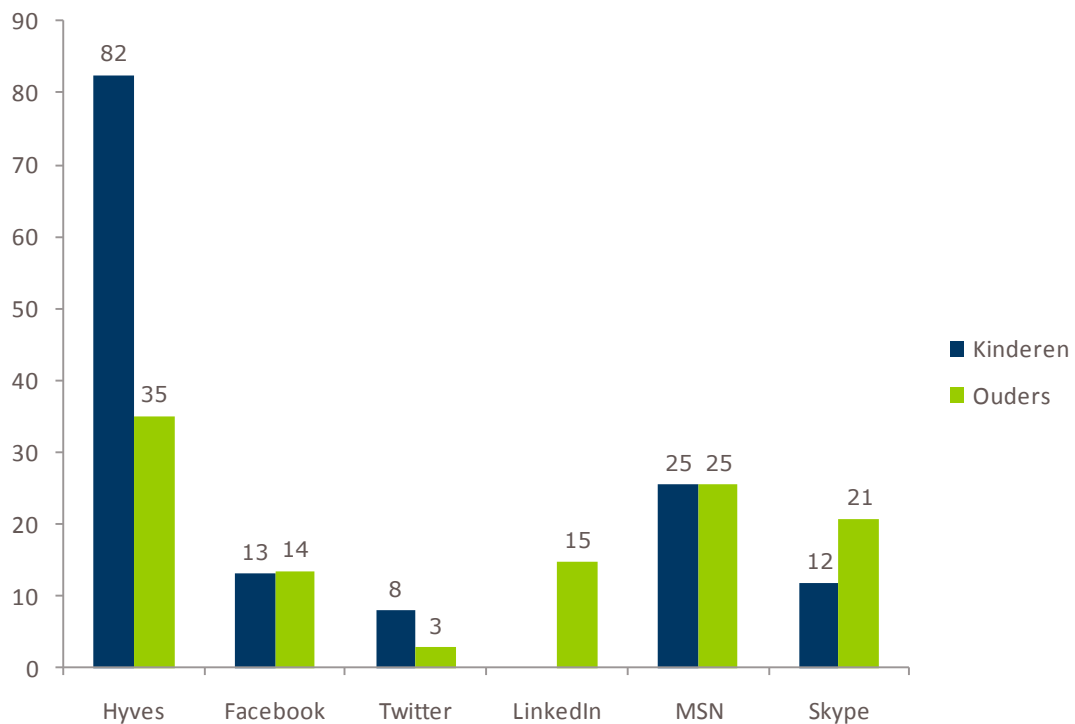
Ouders hechten minder waarde aan het gebruik van sociale media dan hun kinderen, wat niet opvallend is. Jongere ouders hechten meer waarde aan sociale media dan oudere ouders en geven aan meer op de hoogte te blijven van dingen in hun omgeving en in contact te blijven met vrienden. Ouders van 10 of 11-jarige kinderen geven vaker aan door sociale media in contact te blijven met hun vrienden en op de hoogte te blijven.

3.5.2 Jongeren en sociale media

In de medialessen is leerlingen gevraagd welke websites ze vaak bezoeken. Zowel op de basisschool, als in de vmbo en havo klas zijn Google, Hyves en YouTube het meest populair. Op de basisschool zijn ook websites waarop spelletjes kunnen worden gespeeld en muzieksites populair. Hyves wordt vooral gebruikt omdat 'het leuk is' en om met vrienden te praten en nieuwe vrienden te zoeken. Veel van de profielpagina's van de leerlingen zijn alleen zichtbaar voor vrienden. De websites met spelletjes zijn in deze klas minder populair.

Uit de medialessen, maar ook uit de enquête blijkt dat het gebruik van Hyves zeer groot is. Het percentage jongeren dat deze toepassing gebruikt (82%) ligt een stuk hoger dan de andere sociale media toepassingen, zo laat Figuur 20 zien.

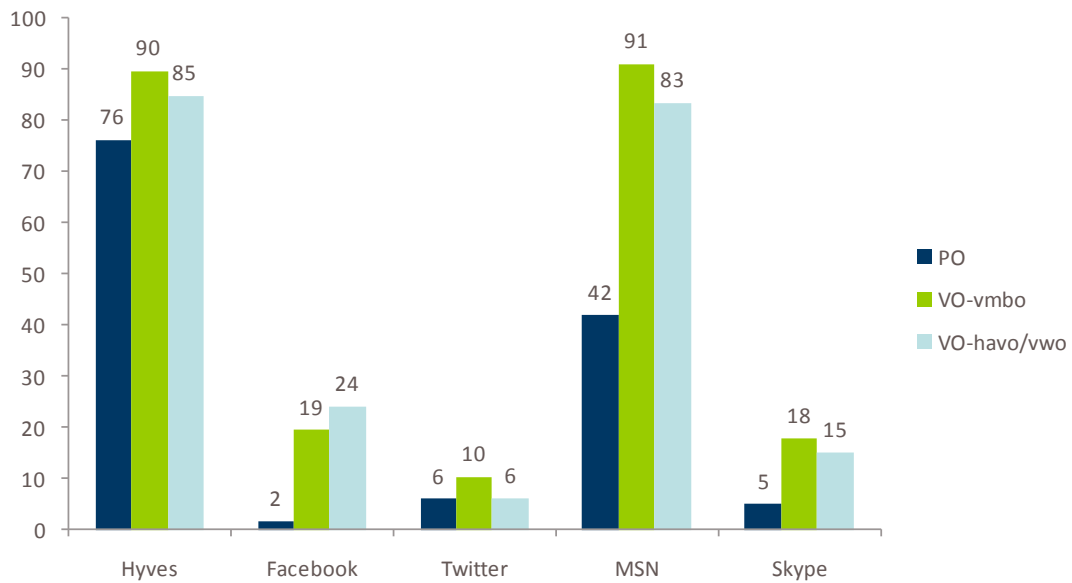
Figuur 20. Gebruik sociale media door ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Meisjes hebben in het afgelopen jaar meer gebruik van sociale media gemaakt dan jongens. Jongeren die meer minuten per dag achter internet zitten, maken ook meer gebruik van sociale media. Jongeren die minder dan 45 minuten per dag achter internet zitten, maken vooral veel gebruik van Hyves en MSN. Facebook en Skype is populair onder jongeren die meer dan 90 minuten per dag achter internet zitten. Jongeren met oudere broers of zussen maken meer gebruik van sociale media dan jongeren zonder oudere broers of zussen.

Naarmate de jongeren ouder worden, wordt eveneens meer gebruik gemaakt van sociale media. Dit verschil lijkt vooral besloten te liggen in het leerjaar waarin de jongeren zitten. Er is een duidelijk verschil in mediagebruik tussen leerlingen uit het basisonderwijs en leerlingen uit het middelbaar onderwijs. Zo maakt 42% van de basisschoolleerlingen gebruik van MSN tegenover 91% van de vmbo-leerlingen en 83% van de havo/vwo-leerlingen. Uit Figuur 21 blijkt dat leerlingen uit het basisonderwijs minder gebruik maken van sociale media. Het verschil in gebruik is bij Hyves en Twitter het kleinst. Het lijkt erop dat ouders het gebruik van sociale media meer toestaan wanneer hun kind naar de middelbare school gaat.

Figuur 21. Gebruik van sociale media, uitgesplitst naar leerjaar ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Jongeren gebruiken sociale media vooral om in contact te blijven met vrienden (60%). 30% van de jongeren kan zich geen leven zonder sociale media voorstellen, maar ruim de helft van de jongeren (52%) kan dit wel. Hoewel jongeren waarde hechten aan sociale media om in contact te blijven met vrienden en met school is de waarde van sociale media niet allesomvattend. 43% van de jongeren geeft aan dat sociale media hun leven nauwelijks of niet beïnvloedt.

Hoe hoger de leeftijd van de jongeren, hoe meer waarde ze hechten aan sociale media. Jongeren van 14 jaar geven vaker aan in contact te blijven met vrienden of op de hoogte te blijven van dingen die op school gebeuren en geven vaker aan dat sociale media hun leven leuker maken. Hetzelfde zien we als we naar leerjaren kijken; voor leerlingen in het middelbaar onderwijs hebben sociale media een grotere betekenis in het dagelijks leven dan voor leerlingen in het basisonderwijs. Jongeren die vaker achter internet zitten, geven meer betekenis aan sociale media. Kanttekening die geplaatst kan worden bij de waarde die aan sociale media wordt toegekend, is dat de groep jongeren tussen de 10-14 zit. Een groot deel hiervan heeft de echte puberteit nog niet bereikt. De groep van 13 en 14 jarigen kennen al aanzienlijk meer waarde toe aan sociale media. In dit onderzoek is de groep jongeren van 15 en 16 niet meegenomen, maar het is goed denkbaar dat deze groep *nog* meer waarde toedicht aan sociale media.

4 Behoeftes aan ondersteuning

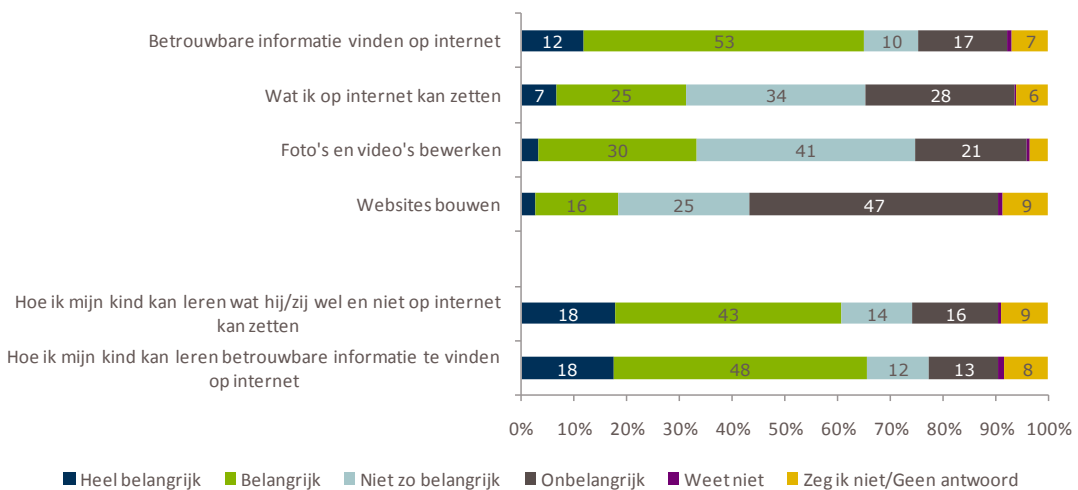
4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt antwoord gegeven op onderzoeksvragen 3 en 4. Er wordt een overzicht gegeven van de vaardigheden die ouders en jongeren willen leren rond ICT, media en mediagebruik en wie die ondersteuning volgens hen het best zou kunnen bieden. Daarnaast gaan we in op de naamsbekendheid van mediawijsheid als concept en de bestaande programma's, organisaties en projecten die er op dit gebied zijn.

4.2 Behoeften ouders

Ouders vinden het belangrijk om te leren hoe ze betrouwbare informatie kunnen vinden op internet. 65% van de ouders vindt dit (heel) belangrijk, wat een veel hoger percentage is dan de andere vaardigheden. Uit Figuur 22 wordt duidelijk dat ouders het vooral belangrijk vinden om te leren hoe zij hun kinderen mediavaardigheden kunnen bijbrengen.

Figuur 22. Hoe belangrijk vinden ouders het leren van onderstaande vaardigheden (N_{ouder}=252; N_{kind}=254)



De leeftijd van de ouders heeft geen invloed op hoe belangrijk ze het aanleren van de eigen vaardigheden vinden. Wel vinden jonge ouders het belangrijker dan oudere ouders vaardigheden te leren waarmee ze vaardigheden voor hun kinderen kunnen aanleren. Eveneens vinden ouders van kinderen van 10 en 11 jaar het belangrijker dan ouders van oudere kinderen om hun kinderen vaardigheden aan te leren. De opleiding van de ouders heeft ook een invloed. Hoe hoger opgeleid de ouders zijn, hoe meer ouders het belangrijk vinden om betrouwbare informatie te kunnen vinden op internet. Deze ouders hechten ook meer belang aan vaardigheden om hun kinderen vaardigheden te leren.

Ouders die al langer internet gebruiken (meer dan 8 jaar), vinden het leren van de bovenstaande vaardigheden minder belangrijk dan ouders die minder dan 7 jaar op internet zitten. Dit geldt voor het aanleren van eigen vaardigheden en het aanleren van vaardigheden om hun kind(eren) vaardiger te maken. De uitzondering hierop is het bouwen van websites; dat is iets wat juist ouders willen leren naarmate ze langer op internet zitten. Het lijkt erop neer te komen dat ouders die veel 'nieuwe' media gebruiken (televisie, internet en ook sociale media) minder behoefte hebben aan vaardigheden

waarmee ze hun kinderen ICT-vaardigheden kunnen aanleren. Een klein deel van de ouders uit de enquête (13%, N=32) geeft aan dat er nog andere aspecten zijn die ze beter willen kunnen. Het merendeel hiervan wil meer leren over de computer als apparaat, zodat ze bijvoorbeeld problemen kunnen oplossen of software kunnen installeren.

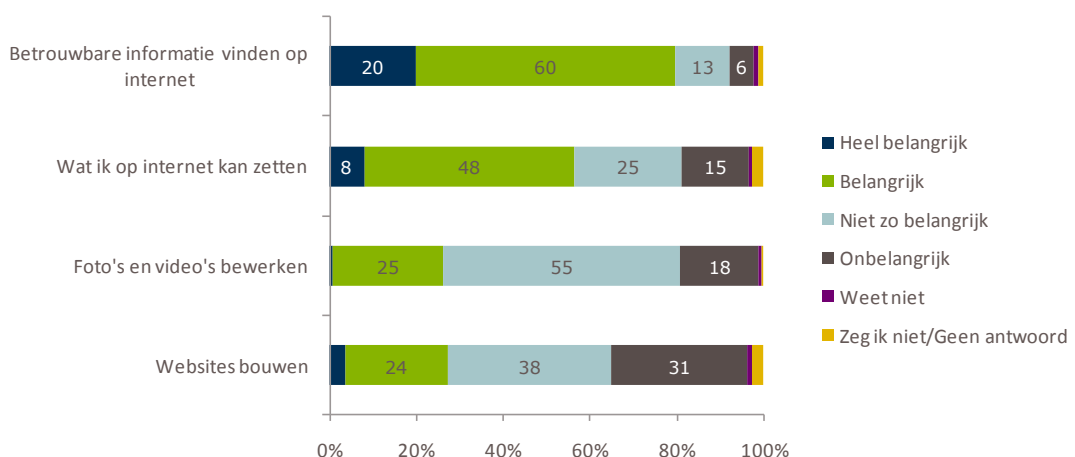
Ook de ouders uit het dagboekpanel zijn zelf actief op verschillende sociale netwerken en begrijpen overwegend de activiteiten die hun kinderen online ondernemen: "Ik kan hun activiteiten nog goed volgen. Wellicht dat dat binnenkort verandert. Maar dan zijn ze ook ouder en wijzer."

Voor veel kinderen is anno 2010 geen leven meer voor te stellen zonder nieuwe media. Veel ouders herkennen zich in het dilemma of ze hun kind laten plaats nemen achter een PC of Xbox dan wel stimuleren om te gaan buitenspelen. Merendeel van de ouders geeft de voorkeur aan buiten spelen. De juiste balans hiertussen is enerzijds ingegeven of ouders vinden dat 'echt contact' met vriendjes hieronder te lijden heeft. Anderzijds grijpen ouders in als deze vorm van ontspanning de verplichtingen (bijv. huiswerk) die hun kinderen hebben in het gedrang komen. Ouders stellen vaak regels over de duur waarmee hun kind gebruik mag maken van dergelijke media en lijken op dit punt geen ondersteuning nodig te hebben: "Ouders kunnen heel goed inschatten of hun kinderen gezond bezig zijn, en hebben de plicht om in te grijpen wanneer de balans dreigt door te slaan naar het negatieve."

4.3 Behoeften jongeren

In de enquête zijn de jongeren vier vaardigheden voorgelegd, waarvan twee praktische vaardigheden (het bewerken van foto's en video's en het bouwen van websites) en twee informatievaardigheden (weten wat je op internet kan zetten en het vinden van betrouwbare informatie op internet). Het 'vinden van betrouwbare informatie' wordt door 79,5% van de jongeren als een (heel) belangrijk leerpunt gezien. Figuur 23 laat duidelijk zien dat leerlingen het leren van informatievaardigheden belangrijker vinden dan het leren van praktische vaardigheden. Er is een groot verschil tussen de praktische en informatievaardigheden.

Figuur 23. Hoe belangrijk vinden jongeren het leren van onderstaande vaardigheden ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



De opvattingen van jongens en meisjes over de verschillende vaardigheden verschillen niet veel, wel vinden meer jongens (35%) dan meisjes (21%) het (heel) belangrijk om te leren hoe men een website bouwt. Jongeren die meer tijd besteden op internet vinden het

aanleren van de vier vaardigheden belangrijker dan jongeren die minder tijd per dag besteden aan internet. Leerlingen uit het basisonderwijs vinden de praktische vaardigheden wat belangrijker dan de leerlingen uit het middelbaar onderwijs. Leerlingen uit het voortgezet onderwijs geven vaker aan de informatievaardigheden (heel) belangrijk vinden. De leeftijd bepaalt ook wat leerlingen belangrijk vinden om te leren; naarmate de jongeren ouder worden en in een hogere klas zitten, wordt het vinden van betrouwbare informatie belangrijk gevonden. Dat is niet heel vreemd, omdat leerlingen in het voortgezet onderwijs meer te maken krijgen met het zoeken van informatie op internet.

24 jongeren (9,4%) geeft aan andere dingen (beter) te willen leren, zo willen jongeren (N=7) beter leren omgaan met muziek- en videoprogramma's (om zelf media te maken), maar ook met Excel of Powerpoint. Andere leerlingen willen meer als prosumer gebruik gaan maken van internet (downloaden en uploaden van media, N=5), terwijl weer andere meer geavanceerd computergebruik willen leren, bijvoorbeeld het schrijven van eigen spelletjes (N=5).

"Ik wil graag de website van de school hacken, niet om de cijfers te veranderen, daar komen ze achter, maar om de schoolvakanties te verzetten."

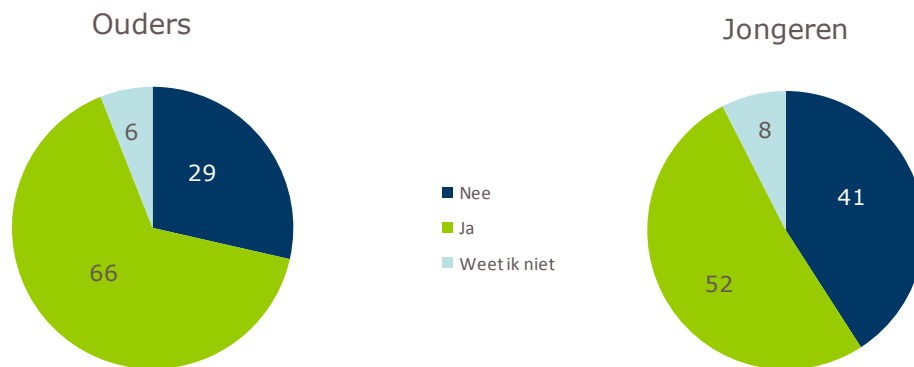
In de medialessen is leerlingen een open vraag gesteld over wat ze graag zouden willen leren. Aangezien leerlingen hier geen waardering hoefden te geven aan genoemde vaardigheden, maar zelf vaardigheden konden verzinnen, had de respons een andere focus. De leerlingen uit het basisonderwijs willen graag leren hacken, maar hebben vervolgens geen duidelijk beeld wat ze hier dan mee willen doen. Ze willen ook graag leren uploaden, foto's en video's bewerken en een eigen website leren maken. Op het vmo geeft merendeel van de leerlingen aan niets te willen leren en al veel te weten. Enkele leerlingen geven aan dat ze iets willen leren over veilig omgaan met internet en het beter zoeken (en vinden) van informatie. In de havo klas willen leerlingen vooral dingen leren over veiligheid op internet (veilig betalen en gegevens achterlaten), vaardigheden leren als het maken van websites en omgaan met verschillende programma's en het beter leren zoeken.

Het beeld dat uit de enquête naar voren kwam, wordt in de mediales bevestigd; jonge leerlingen uit het basisonderwijs willen graag praktische vaardigheden leren, terwijl de oudere leerlingen ook informatievaardigheden willen leren.

4.4 Bekendheid mediawijsheid

Het merendeel van de ouders en jongeren geven aan dat ze het begrip mediawijsheid kennen, zo laat Figuur 24 zien. Ouders van 14-jarigen en ouders met een lagere opleiding geven vaker aan niet te weten wat mediawijsheid is. De 'oudere' jongeren uit de enquête geven vaker aan het begrip te kennen en ook de leerlingen uit de hogere klassen. Jongeren die op meerdere sociale media actief zijn, geven in vergelijking met jongeren die geen of één sociale medium gebruiken, vaker aan dat ze weten wat mediawijsheid is.

Figuur 24. Bekendheid begrip mediawijsheid onder ouders en jongeren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Hoewel jongeren aangeven te weten wat mediawijsheid is, vinden ze het lastig om te omschrijven wat mediawijsheid nu precies is. Het grootste deel van de jongeren (26%) geeft aan dat mediawijsheid is 'wat iemand weet van media'. Een kleiner deel (15%) vertelt dat een mediawijs persoon weet hoe hij internet moet gebruiken, weer anderen (16%) leggen de focus op het omgaan met computers en software. Een klein deel van de jongeren (5%) geeft aan dat een mediawijs persoon een expert is, alles van media weet en 'weet wat er gebeurt in de mediawereld'. Wat je leert *uit* de media is volgens andere jongeren (5%) mediawijsheid, of noemen 'het veilig omgaan met internet' (7%). De jongeren noemen veel dingen die met mediawijsheid te maken hebben, maar betrekken het niet altijd op zichzelf of noemen slechts enkele aspecten van mediawijsheid. De beschrijvingen die het dichtste in de buurt van de beschrijving van de Raad van Cultuur komen, wordt door 13% van de jongeren genoemd; zij leggen de focus van mediawijsheid op de eigen *omgang met* media.

De meeste ouders (36%) geven aan dat mediawijsheid het 'verstandig *omgaan* met media is'. Daarnaast geeft een deel van de ouders (13%) aan dat kennis hebben over media of bekend zijn met media wordt verstaan onder mediawijsheid. Net als bij de jongeren legt een deel van de ouders (12%) de focus bij het gebruik van internet en veel ouders leggen een focus op kinderen om het begrip mediawijsheid te plaatsen, waarbij een deel (10%) een leeftijdsadvies noemt voor bijvoorbeeld televisie of internetsites. Ouders noemen vaker het goed omgaan met informatie dan jongeren (5% van de ouders noemt dit mediawijsheid tegenover 2% van de jongeren).

4.4.1 Bekendheid programma's rond mediawijsheid

Weinig ouders (9%) kunnen uit zichzelf een website noemen die volgens hen actief is op het thema mediawijsheid. Kijkwijzer.nl en Postbus51.nl worden het meest genoemd. Vervolgens is ouders gevraagd of ze genoemde websites kenden, de respons staat in Tabel 2.

Tabel 2. Bekendheid mediawijsheid websites onder ouders ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)

	Ja	Nee	Weet niet
DigivaardigDigibewust.nl	9,5%	89,7%	0,8%
Medialessen.nl	4,4%	94,8%	0,8%
Mediawijzer.net	21,8%	77,0%	1,2%
MijnDigitaleWereld.nl	13,1%	86,1%	0,8%
Mijnkindonline.nl	27,8%	71,4%	0,8%
Oudersonline.nl	30,2%	69,0%	0,8%

Onder de ouders zijn oudersonline.nl en mijnkindonline.nl de meest herkende websites. De bekendheid hiervan is hoger naarmate ouders vaker internet gebruiken. Eveneens zijn hogeropgeleide ouders er meer bekend mee dan laagopgeleide ouders.

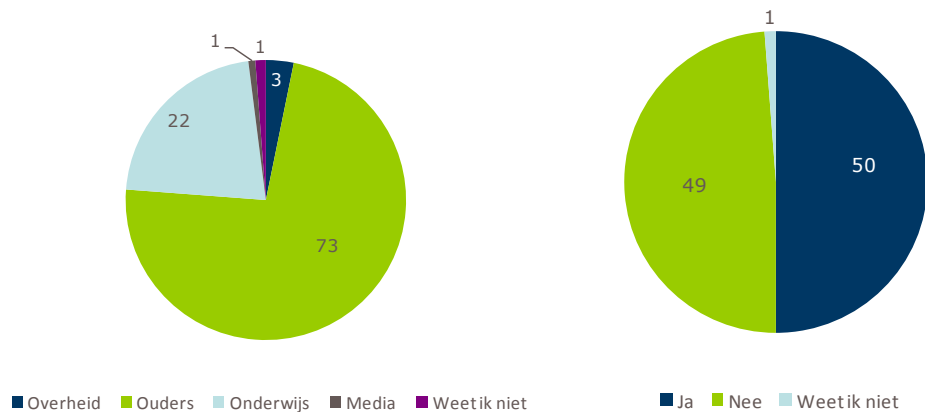
Iets minder dan de helft van de jongeren (45%) geeft aan op school les te krijgen over hoe om te gaan met media. Hoe ouder de jongeren zijn, hoe vaker ze aangeven les te krijgen. Daarnaast geven jongeren die meer lezen (magazines, kranten), jongeren die meer sociale media gebruiken en jongeren van ouders met een hogere opleiding vaker aan medialessen te krijgen op school. Hoewel het merendeel van de jongeren (54%) aangeeft geen lessen te krijgen over hoe moet worden omgegaan met media, kan het zijn dat deze jongeren de medialessen niet als zodanig herkennen. Het is mogelijk dat jongeren die bijvoorbeeld vaker sociale media gebruiken de lessen beter herkennen als medialessen.

4.5 Routes & regie voor toekomst

Nu we weten wat jongeren en hun ouders belangrijke vaardigheden vinden en hoe bekend ze zijn met de bestaande websites rond mediawijsheid, kijken we hoe programma's als Mediawijzer.net en Digivaardig & Digibewust kunnen inspelen op de wensen van ouders en jongeren. In deze paragraaf wordt weergegeven wie volgens ouders en kinderen in zijn algemeenheid het voortouw zou moeten nemen rond mediawijsheid en hoe ze de vaardigheden graag zouden willen leren.

Volgens de ouders die deel hebben genomen aan de enquête, moeten zij zelf het voortouw nemen om hun kinderen leren goed om te gaan met media. 73% van de ouders vindt dit een taak voor ouders, 22% vindt dit een taak voor het onderwijs. Jongere ouders vinden vaker dan oudere ouders aan dat zij zelf het voortouw moeten nemen rond het thema mediawijsheid. De helft van de ouders heeft een behoefte aan een kijkwijzer voor internet, deze groep bestaat voor een groot deel uit hogeropgeleide ouders. Ouders die vaker achter internet zitten, hebben ook meer behoefte aan een online kijkwijzer.

Figuur 25. Wie volgens de ouders het voortouw moet nemen en de behoefte aan een online kijkwijzer ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)



Het merendeel van de ouders wil de vaardigheden samen leren met de kinderen op school. Hoger opgeleide ouders geven vaker aan dat ze zelfstandig een cursus (via internet of een boek) zouden willen volgen. Jongere ouders kiezen vaker voor het leren van mediavaardigheden via school. Ouders die op andere manieren mediavaardigheden willen leren, geven aan dat ze dit bijvoorbeeld doen via een bekende in de familie/vriendenkring of bijvoorbeeld via de universiteit.

Tabel 3. Hoe jongeren en hun ouders mediavaardigheden willen leren ($N_{ouder}=252$; $N_{kind}=254$)

	Ouders	Jongeren
Op school	36,5%	40,6%
Zelfstandig	31,3%	20,1%
Cursus in bibliotheek	6,7%	3,1%
Van mijn ouders	nvt	27,2%
Anders	14,3%	5,9%
Weet ik niet/zeg ik niet	11,1%	3,1%

Jongeren willen vooral mediales krijgen op school en van de ouders. Jonge kinderen willen die vaardigheden veelal van hun ouders leren, oudere kinderen leren ze liever op school. Er is een duidelijk verschil tussen jongeren in het basisonderwijs en het voortgezet onderwijs. Een groot deel van de leerlingen op de basisschool leren de vaardigheden het liefste van hun ouders (44%), terwijl jongeren op het voortgezet onderwijs de vaardigheden liever op school leren (54% van de vmbo leerlingen en 52% van de havo/vwo leerlingen kiest hiervoor). Het grootste deel van de jongeren die op andere manieren deze vaardigheden willen leren, willen dit voornamelijk via bekenden doen.

Uit het dagboekonderzoek komt naar voren dat alle ouders unaniem van mening zijn dat het kind ondersteuning nodig heeft om 'veilig' te kunnen internetten om daarmee ongelukken te voorkomen. Een samenspel tussen ouders en school wordt het vaakst genoemd door het dagboekpanel. Behoefte aan een derde partij lijkt onder deze ouders niet aanwezig. Er is dus sprake van een gedeelde verantwoordelijkheid al hebben een aantal ouders wel een specifieke voorkeur voor wie het voortouw moet nemen. De meeste ouders geven aan dat ze zelf praten met hun kinderen over het internetgebruik en zien dit ook als een belangrijke ouderlijke verantwoordelijkheid.

5 Gedragsprofielen ouder en kind

5.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is geconstateerd dat de inschatting van mediawijsheid, het gedrag rond mediawijsheid en de behoeften rond het aanleren van mediavaardigheden anders zijn voor bijvoorbeeld hoogopgeleide ouders of oude kinderen. In dit hoofdstuk pogen we deze nuance te vatten in een "profiel" van ouders en kinderen.

De wijze waarop deze profielen tot stand zijn gekomen is als volgt:

- Alle achtergrondvariabelen (bijvoorbeeld intensiteit van internetgebruik, opleidingsniveau of gebruik van sociale media) zijn gehercodeerd in een beperkt aantal categorieën met voldoende celvulling.⁸
- Alle vragen die de revue zijn gepasseerd in voorgaande hoofdstukken zijn gekruist met deze achtergrondvariabelen.
- De resulterende tabellen zijn geanalyseerd op grote verschillen tussen groepen (bijvoorbeeld een ander patroon voor hoogopgeleide ouders dan voor laagopgeleide ouders als het gaat om eigen inschatting van reclameherkenning).
- Achtergrondvariabelen zijn in een aantal gevallen op elkaar gekruist om eventuele interacties op te sporen (bijvoorbeeld opleidingsniveau met leesintensiteit).

Op basis van deze verschillen bleven er voor de ouders twee relevante dimensies over om op te kruisen en voor jongeren drie dimensies. In paragraaf 5.2 beschrijven we de 2*2 indeling van het ouderprofiel met overeenkomstige aandachtspunten die uit de data naar voren komen. In paragraaf 5.3 doen we hetzelfde voor jongeren: hier is echter sprake van een 2*3 indeling. De hoeveelheid respondenten per variabele en categorie zijn als volgt verdeeld (zie Tabel 4 en Tabel 5):

Tabel 4. Input variabelen en categorieën voor ouderprofielen

	Variabele	Categorieën	N
1	Opleiding	Laag – Middel	145
		Hoog	107
2	Mediagebruik	Laag	121
		Hoog	131

Tabel 5. Input variabelen en categorieën voor profielen van jongeren

	Variabele	Categorieën	N
1	Opleiding	Primair onderwijs	117
		Secundair onderwijs: vmbo	67
		Secundair onderwijs: havo-vwo	66
2	Mediagebruik	Laag	127
		Hoog	123

⁸ Celvulling refereert in deze context aan de "N" die overblijft per categorie als de categorieën gesplitst worden. Bij een te lage celvulling is de relatieve invloed van een individu te groot voor betrouwbare resultaten bij uitsplitsing naar andere variabelen.

In Bijlage I en II zijn tabellen opgenomen, met daarin de kruising van de categorieën met de onderzoeksvariabelen. Alleen indien er duidelijke verschillen waren per groep, is een rij in de tabel opgenomen.

5.2 Profielen van ouders

Op basis van de tabel in Bijlage I is een profielschets gemaakt van de ouder. In Tabel 6 is een samenvatting opgenomen van de belangrijkste verschillen tussen de ouderprofielen. Hierbij is een poging ondernomen om een "typering" van de ouder te schetsen. Belangrijke kanttekening hierbij is dat bewust op zoek is gegaan naar een polariserend beeld tussen ouderprofielen. In werkelijkheid ligt het onderscheid tussen ouderprofielen vanzelfsprekend genuanceerder. Belangrijkste meerwaarde van deze exercitie ligt besloten in een eventuele specifieke benaderingswijze of aanpak (op maat) van de verschillende groepen ouders.

Tabel 6. Ouderprofielen op basis van mediagebruik en type opleiding

OUDERS	Mediagebruik laag	Mediagebruik hoog
Opleidingsniveau laag	Onwetende, maar welwillende consument	Roekeloze prosument
	<p>Lage inschatting van eigen mediavaardigheden Deze groep schat zich lager in wat betreft herkennen van reclame; vinden van betrouwbare informatie; wat wel/niet online gezet kan worden; inschatting van auteursrechterlijk beschermd materiaal; bekendheid met definitie van mediawijsheid en bekendheid van mediawijsheid programma's.</p> <p>Mediavaardigheden laten te wensen over Bronnen en datum van informatie wordt door deze oudergroep (veel) minder vaak gecontroleerd, deze groep is ook minder goed in herkennen van reclame.</p> <p>Overschatting van kind Deze groep schat jongeren veel hoger in ten aanzien van herkennen van betrouwbare informatie en reclame. Daarnaast hebben ze minder regels aan hun kind over welke sites bekeken mogen worden.</p> <p>Leerattitude richting kind is redelijk Ouders stellen wel de nodige regels met betrekking tot internetgebruik. Ook heeft deze groep meer behoefte om hun kinderen te leren om internet beter te gebruiken.</p>	<p>Actief op internet Deze groep gebruikt meer sociale media, zet meer persoonlijke informatie online en zet de eigen profielpagina veel vaker open voor iedereen.</p> <p>Zwakke mediavaardigheden De roekeloze prosument is veel minder goed in het herkennen van reclame, zet veel meer persoonlijke informatie online en controleert bron en datum van informatie minder goed. Ook wordt informatie niet gecontroleerd met andere bronnen.</p> <p>(Grote) overschatting van kind Deze groep schat jongeren hoog in met betrekking tot wat ze online kunnen zetten, schatten kind veel hoger in met betrekking tot herkennen van betrouwbare informatie, reclame en wanneer iets auteursrechterlijk beschermd is.</p> <p>Lage leerattitude richting kind Er is veel minder behoefte om het kind te leren wat ze online kunnen zetten en hoe betrouwbare informatie te vinden. Wel worden regels ten aanzien van internet gebruik gesteld.</p> <p>Leerattitude ouder slechter Ook heeft dit type ouder zelf veel minder behoefte om betrouwbare informatie te vinden op internet en zijn ze minder op de hoogte van mediabewustzijn programma's.</p>

Opleidingsniveau hoog	Behoudende consument	Gemakzuchtige prosument
	<p>Hoge inschatting mediavaardigheden De behoudende consument heeft een hoog eigen inschattingsvermogen wat betreft herkennen van reclame, vinden betrouwbare gegevens, wat wel/niet online gezet kan worden.</p> <p>Mediavaardigheden redelijk Bronnen en datum van informatie wordt minder vaak gecontroleerd, maar deze ouders geven wel aan minder persoonlijke informatie online te zetten en hun profiel minder vaak open te laten.</p> <p>Diffuse leerattitude richting kind Deze groep heeft weinig regels ten aanzien van internetgebruik of leren met internet om te gaan, maar wel tonen ze veel meer interesse om hun kind te leren wat ze wel/niet online kunnen zetten. Ze schatten de mediavaardigheden van hun kind niet hoog in.</p> <p>Leerattitude ouder zelf is redelijk De behoudende consument heeft vooral meer behoefte om te leren betrouwbare informatie te vinden op internet.</p>	<p>Hoge inschatting mediavaardigheden De gemakzuchtige prosument heeft nog meer vertrouwen in eigen mediavaardigheden. (Herkennen reclame op internet, wat wel/niet online te zetten en wat auteursrechtelijk beschermd is).</p> <p>Strategische mediavaardigheden goed. Wat betreft strategische vaardigheden is dit vertrouwen in eigen kunnen ook wel gegrond. Echter, deze groep geeft ook aan meer persoonlijke informatie online te zetten en zijn ook actiever op sociale media. Ook stellen zij profielpagina's meer open.</p> <p>Gemakzuchtige leerattitude richting kind Deze groep ouders heeft beduidend minder regels ten aanzien van internetgebruik van het kind. Dit gaat gepaard met een hoge inschatting van het kind over wat ze wel/niet online kunnen zetten. Verder is sprake van minder behoefte om hun kind te leren wat online te zetten of wat betrouwbare informatie is. Daarnaast geeft deze groep ook aan minder te weten wat hun kind doet op internet.</p>

Bovenstaande 2*2 matrix leidt tot een vierdeling in type ouders:

- Onwetende, maar welwillende consument
- Roekeloze prosument
- Behoudende consument
- Gemakzuchtige prosument

Wanneer gekeken zou worden naar de groep waar de meeste winst te behalen is als het gaat om mediawijsheid, zou dat liggen bij de "Roekeloze prosument"; de wat minder hoog opgeleide grootgebruiker van media. Bij dit type ouder is allereerst winst te behalen in het vergroten van de mediavaardigheden van de ouder zelf. Daarbij worden de vaardigheden van het kind overschat. De lagere behoefte om het kind iets bij te brengen, is een belangrijk aandachtspunt, een risico is namelijk de lage leerattitude van de ouder.

Voor de "Gemakzuchtige prosument" geldt ook dat er sprake is van overschatting van de mediavaardigheden het kind. Dit gaat bij deze groep vervolgens gepaard met een gebrek aan regels of behoefte om het kind nog dingen bij te leren. Voornoemde werkt het gevaar in de hand dat er een blijvend gat bestaat tussen belevingswereld van ouder en kind.

5.3 Profielen van jongeren

Bij de jongeren zijn er drie relevante dimensies waarin zich duidelijke verschillen aftekenen. Doordat één onderzoeksvraag zowel leeftijd (PO versus VO) als type onderwijs (vmbo versus havo/vwo) omvat, zijn deze samengepakt. De andere dimensie die relevante verschillen vertoonde was mediagebruik. In de onderstaande tabel (Tabel 7) wordt het profiel van zes groepen jongeren geschetst. Ook hier geldt als belangrijke kanttekening dat de profielen hier en daar een "erg rigide gepolariseerd" beeld oproepen. In werkelijkheid liggen de profielen niet zo ver uit elkaar.

Tabel 7. Kindprofielen op basis van mediagebruik en type opleiding

JONGEREN	Mediagebruik laag	Mediagebruik hoog
Primair onderwijs	Onbeschreven blad	Pionier
	<p>Lage inschatting mediavaardigheden Deze kinderen geven aan minder goed te weten wat ze online kunnen zetten en wat niet. Ook weten ze minder goed wat er auteursrechterlijk beschermd is of niet.</p> <p>Lage informatie mediavaardigheden Deze groep vertoont minder informatie vaardigheden (passen minder vaak zoektermen aan, controleren bron van informatie minder vaak en valideren resultaten minder vaak met andere bronnen).</p> <p>Leerattitude gericht op praktische vaardigheden De leerattitude van het "onbeschreven blad" kenmerkt zich door een bovengemiddelde behoefte aan praktische vaardigheden (websites bouwen, foto's / video's bewerken) en is niet gericht op leren wat er wel/niet op internet gezet kan worden.</p>	<p>Lage inschatting mediavaardigheden De pioniers geven ook aan minder goed te weten wat online gezet kan worden en wat auteursrechterlijk beschermd is of niet. Ook geven ze aan reclame minder goed te herkennen.</p> <p>Redelijke mediavaardigheden Hoewel ook de pioniers niet al te vaak bronnen controleren of nagaan, geven ze wel aan minder persoonlijke gegevens online te zetten en zoekresultaten aan te passen bij veel resultaten. Ook blijken ze in de praktijk toch opmerkzamer te zijn wat betreft herkennen van reclame. Overall zouden ze beter mediavaardig getypeerd kunnen worden dan het "onbeschreven blad".</p> <p>Positieve leerattitude De pioniers worden gekenmerkt door een redelijk positieve leerattitude (Ze hebben meer behoefte om te leren wat wel/niet online gezet kan worden), maar hebben ook veel meer interactie met ouders over leren over het internet, internetduur en gebruiksregels. Ze geven ook aan dit het liefst te leren van de ouders.</p>
	Afwachtende consument	Roekeloze prosument
Secundair onderwijs vmbo	<p>Lage inschatting mediavaardigheden De "afwachtende consument" schat zichzelf lager in wat betreft herkennen van reclame en inschattingsvermogen over wat wel of niet online te zetten.</p> <p>Lage mediavaardigheden Deze groep kinderen heeft nog winst te behalen op mediavaardigheden. Ze passen veel minder vaak zoekresultaten aan, klikken veel vaker op een</p>	<p>Hoge inschatting mediavaardigheden De roekeloze prosument schat zichzelf bijzonder hoog in wat betreft herkennen van reclame, het vinden van betrouwbare informatie en het herkennen van auteursrechterlijk beschermd materiaal.</p> <p>Overschatten eigen mediavaardigheden Er kan wel gesteld worden dat er sprake is van overschatting van mediavaardigheden. Bronnen worden minder vaak</p>

Secundair onderwijs havo-vwo	<p>zoekresultaat zonder verder te lezen en controleren hun bronnen veel minder vaak.</p> <p>Ongerichte leerattitude De afwachter consument heeft een lagere behoefte om praktische vaardigheden te leren. Er is geen sprake van een verschil in behoefte om te leren wat wel/niet online gezet kan worden.</p> <p>Hogere waardetoekenning aan sociale media Deze groep geeft onmiskenbaar aan meer waarde toe te kennen aan sociale media vergeleken met de "digitale realist" of het "onbeschreven blad".</p>	<p>gecontroleerd (met andere informatie) en er wordt vaker auteursrechterlijk beschermd materiaal gebruikt. Er worden meer persoonlijke gegevens online gezet, de profielpagina's staan open en reclame wordt minder herkend.</p> <p>Lagere leerattitude, veel sturing De roekeloze prosumer heeft overall een lagere leerattitude (wil minder leren over wat wel/niet online gezet kan worden), maar heeft wel veel interactie met zijn ouders over het internet (ze praten meer met ouders over wat gedaan wordt op internet, ouders leggen meer regels op t.a.v. internetgebruik en pogen hun kinderen te leren het internet goed te gebruiken).</p> <p>Hoge waardetoekenning aan sociale media Ook de roekeloze prosumer kent meer waarde toe aan sociale media.</p>
	<p>Digitale realisten</p>	<p>Vrijbuitende prosumer</p>
	<p>Hoge inschatting mediavaardigheden De digitale realist schat zichzelf hoog in met betrekking tot mediavaardigheden (herkennen reclame, weten wat online te zetten en wetenschap over wat auteursrechterlijk beschermd is).</p> <p>Hoge mediavaardigheden Zij maken dit echter ook waar. Deze groep controleert bronnen veel vaker, valideert informatie met andere bronnen, zet minder persoonlijke gegevens online, zet profielpagina's minder vaak open en klikt niet zomaar door op zoekresultaten.</p> <p>Ongerichte leerattitude De digitale realist heeft niet meer (of minder) behoefte om mediavaardigheden te leren in vergelijking met de afwachter consument of het onbeschreven blad.</p>	<p>Hoge inschatting mediavaardigheden Evenals de digitale realist, schat de "vrijbuitende prosumer" zichzelf ook hoog in ten aanzien van eigen mediavaardigheden (herkennen reclame, vinden van betrouwbare informatie). Herkennen van auteursrechterlijk beschermd materiaal is wat lastiger voor deze groep.</p> <p>Redelijke mediavaardigheden Er is sprake van redelijke mediavaardigheden. Net als bij de digitale realist, controleert ook deze groep de bron van informatie beter en wordt meer gevalideerd met andere bronnen. Wel wordt beduidend meer persoonlijke informatie online gezet, staan de profielpagina's open en wordt vaker auteursrechterlijk beschermd materiaal gebruikt.</p> <p>Hoge waardetoekenning aan sociale media Ook deze groep kent een hoge waarde toe aan sociale media en geeft ook nog meer aan dat ze zich geen leven kunnen voorstellen zonder sociale media.</p> <p>Positieve leerattitude, weinig sturing De vrijbuitende prosumer heeft veel meer behoefte om te leren wat er wel/niet online gezet kan worden en te achterhalen welke informatie betrouwbaar is. Echter deze rol wordt veel minder door de ouders</p>

		<p>ingevuld. Er wordt minder gepraat over wat de kinderen op internet doet, de ouders leren ook minder hoe ze het internet goed kunnen gebruiken. Ook hebben de ouders minder regels over internetgebruik en geven de ouders bij deze groep te kennen dat ze minder weten wat het kind doet op internet.</p>
--	--	--

Zes profielen worden onderscheiden:

- Het onbeschreven blad
- De Pionier
- De Afwachtende consument
- De Roekeloze prosument
- De Digitale realist
- De Vrijbuitende prosument

Met deze typering lijkt de groep van de "Vrijbuitende prosument" en de "Roekeloze prosument" de meeste aandacht te behoeven. De "Vrijbuitende prosument" heeft redelijke strategische vaardigheden, maar is minder bekend met de veilige omgang rond internet. De rol van de ouders is bij deze jongeren bijzonder afwachtend; zij houden er blijkbaar een laissez-faire strategie op na. Bij de tweede groep geldt vooral dat de eigen mediavaardigheden schromelijk worden overschat. Een punt van zorg rondom mediawijsheid is dat deze groep een lage leerattitude heeft, aan de andere kan is er veel interactie met de ouders.

6 Conclusie

In dit hoofdstuk beschrijven we de stand van zaken rondom mediawijsheid van jongeren tussen de 10-14 jaar en hun ouders (6.1), waarbij we eveneens ingaan op de verschillen in perceptie van respondenten over hun mediawijsheid en de daadwerkelijke kennis rondom mediawijsheid. In 6.2 worden de behoeften van ouders en jongeren geresumeerd. Deze behoeftepeiling biedt een houvast voor de agendering van Mediawijzer.net; aangezien hier de wensen van hun doelgroep worden beschreven. De agenda van Mediawijzer.net (en de gebieden rond mediawijsheid waar nog veel 'te winnen valt') zou echter verder moeten rijken dan sec de wensen van de gebruikers zelf. Ook de geconstateerde gaten van kennis of problematisch gedrag bij deze doelgroepen vormen impliciete behoeftes. Daarom wordt een verdere verdiepingsslag gemaakt voor de aandachtspunten binnen verschillende doelgroepen (6.3). Tot slot zijn er nog enkele opmerkingen over dit onderzoek als vertrekpunt voor verder onderzoek.

6.1 Stand van zaken mediawijsheid

Uit dit onderzoek blijkt dat zowel ouders als jongeren hun mediavaardigheden overschatten. Ouders hebben betere vaardigheden dan jongeren, maar overschatten hun eigen kunnen eveneens. Wanneer jongeren gevraagd wordt naar strategische vaardigheden, kunnen ze deze wel benoemen (hoe wordt de betrouwbaarheid van een site bepaald), maar ze brengen deze zeker niet altijd in praktijk. Hieronder staan de conclusies rondom de stand van zaken kort weergegeven.

Respondenten schatten zich mediawijzer in, dan uit hun gedrag blijkt

Het merendeel van de jongeren van 10-14 jaar en hun ouders schatten zich in als 'mediavaardig'. Beide groepen geven bijvoorbeeld aan reclame in verschillende media te herkennen en men weet hoe veilig met internet moet worden omgegaan. Wanneer wordt doorgevraagd naar de wijze van herkenning van reclame en of respondenten persoonlijke gegevens online zet, blijkt dat dit beeld niet helemaal klopt. Jongeren en hun ouders schatten zich over het algemeen mediawijzer in, dan uit hun gedrag blijkt. Er is een overschatting van het eigen kunnen, waarbij het gevaar op de loer dat de behoefte naar mediawijsheid door de doelgroep minder wordt ervaren dan wellicht zou moeten.

Kinderen onderschrijven regels en gesprekken over mediawijsheid niet

In de meeste gevallen hebben ouders een aardig beeld van wat hun kind doet op internet; ze zijn goed op de hoogte van eventueel gepest/getreiter via internet, maar hebben bijvoorbeeld minder weet van de hoeveelheid spam waar hun kinderen aan worden blootgesteld. Niet geheel opvallend zijn ouders kritischer over de informatievaardigheden van hun kinderen, dan dat de kinderen zichzelf inschatten.

Wel opvallend is verschil tussen ouders en hun kinderen over de opvoedende rol van de ouders. Kinderen ervaren in veel mindere mate dat zij te maken hebben met regels over internetduur en type sites dat bekeken mag worden. Er is vooral een groot verschil in de mate waarin wordt gepraat met kinderen; 83% van de ouders zegt te praten met hun kind over wat ze doen op internet, terwijl slechts 35% van de kinderen dit onderschrijft. Mogelijk heeft dit te maken met de naïviteit van sommige ouders die denken hun kinderen iets bij te leren terwijl de kinderen in hun beleving op tal van terreinen van het internet (b.v. omgang met sociale media) een onopgemerkte "voorsprong" hebben ten opzichte van

hun ouders. Ouders die programma's rondom mediawijsheid kennen, geven vaker aan regels op te stellen voor hun kinderen.

Jongeren brengen informatievaardigheden niet altijd in praktijk

De praktische vaardigheden (bijvoorbeeld foto's of video's bewerken) van jongeren en ouders zijn vergelijkbaar, ruim de helft van de ouders en jongeren geven aan dat ze deze vaardigheden hebben. Een uitzondering hierop is chatten, ouders geven minder vaak aan dat ze dit kunnen in vergelijking met hun kinderen. Daarentegen bezitten ouders meer informatievaardigheden. Eveneens blijkt dat jongeren de informatievaardigheden bezitten om bijvoorbeeld de betrouwbaarheid van een website te bepalen, maar ze deze in praktijk niet altijd gebruiken. Vooral in de medialessen kwam dit duidelijk naar voren. Jongeren houden er over het algemeen een vrij lakse zoekstrategie op na. Het impliciete vertrouwen in informatie op internet is veelal ongegrond en informatie wordt zelden gevalideerd met andere bronnen. Het kritische vermogen dat nodig is om *juist* internetbronnen op waarde te schatten in vergelijking met encyclopedieën en/of bibliothecair materiaal is onvoldoende aanwezig en jongeren lijken zich hier onvoldoende bewust van te zijn. De snelheid van het internet in het vinden van een antwoord op de zoekvraag is dominant. Het vertrouwen in de accuraatheid of kwaliteit van dat antwoord lijkt van ondergeschikt belang.

De opleiding en de leeftijd van de jongeren is een belangrijke voorspeller van de mediavaardigheden; hoe ouder het kind, hoe meer praktische en informatievaardigheden deze bezit. Eveneens heeft het dagelijks gebruik van internet invloed op de vaardigheden van jongeren, hierbij lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat jongeren de praktische vaardigheden 'spelenderwijs' op internet leren. De mediavaardigheden van de ouders lijken vooral te worden bepaald door het opleidingsniveau en de mate van mediagebruik.

Jongeren zetten vaker dan ouders persoonlijke gegevens en content online

De helft van de ouders maakt weinig tot geen gebruik van chatten of het starten van een profielpagina en ze zijn daarbij erg voorzichtig in het internetgebruik. Ouders zetten in vergelijking tot jongeren minder vaak persoonlijke gegevens online en zetten minder vaak hun profielpagina open voor iedereen. Weinig ouders en jongeren maken gebruik van de mogelijkheid om zelf content te maken voor internet of om op te komen voor eigen rechten. Jongeren zijn iets actiever dan hun ouders en maken vooral gebruik van internet om over zichzelf te vertellen of dingen te maken voor op internet.

Mediawijsheid is bekend begrip, maar lastig te omschrijven

Het begrip mediawijsheid is bij het merendeel van de ouders (66%) en jongeren (52%) bekend, maar slechts een kleine groep weet goed te omschrijven wat mediawijsheid is. Jongeren en ouders zijn bekend met verschillende aspecten van mediawijsheid (zoals veiligheid op internet, leeftijdsadvies voor televisieprogramma's en websites), maar noemen in mindere mate het gehele plaatje van mediawijsheid waarbij de focus ligt om de eigen omgang (en die van anderen) met media. Ongeveer de helft van de ouders kent één van de genoemde programma's. Oudersonline.nl is daarbij het meest bekend (bij 30,2%). Minder dan de helft van de jongeren (45%) geeft aan op school les te krijgen in mediawijsheid.

6.2 Behoefte ouders en jongeren

Uit de behoeftepeiling komt naar voren dat jonge kinderen veelal praktische vaardigheden willen aanleren. Oudere kinderen en in het bijzonder jongeren in het voortgezet onderwijs op de havo of vwo geven aan behoefte te hebben aan het aanleren van informatie- en strategische vaardigheden. Leerlingen met een vmbo opleiding geven aan al veel te weten

en hebben minder behoefte aan verdere ondersteuning. Ouderen geven aan vooral behoefte te hebben aan het leren om hun kind mediavaardigheden bij te brengen, ze hebben minder behoefte aan eigen vaardigheden. Jonge kinderen willen mediavaardigheden vooral van hun ouders leren, oudere kinderen willen dit op school leren. Verdere conclusies over behoeften van ouders en jongeren staan hieronder beschreven.

Het aanleren van informatievaardigheden is belangrijk

Ouders vinden het belangrijk om te leren hoe ze betrouwbare informatie op internet kunnen vinden en net als de jongeren vinden ze het belangrijker om informatievaardigheden aan te leren dan praktische vaardigheden. Jongeren vinden aan het aanleren van de vaardigheden belangrijker dan de ouders, de ouders vinden het belangrijk om vaardigheden aan te leren waarmee ze hun kinderen kunnen ondersteunen op internet. Er lijkt dus een overeenstemming te zijn bij zowel ouders als jongeren dat het belangrijk is informatievaardigheden bij jongeren aan te leren.

Jonge kinderen op het basisonderwijs hebben een lichte voorkeur voor het leren van praktische vaardigheden, terwijl jongeren op het middelbaar onderwijs het belangrijk vinden om informatievaardigheden aan te leren. Jongeren die per dag meer tijd besteden op internet vinden het aanleren van de genoemde vier vaardigheden belangrijker dan jongeren die minder tijd per dag besteden aan internet. Jongeren die veel op internet zitten bezitten meer mediavaardigheden, maar hebben eveneens de behoefte hun mediavaardigheden te verbeteren.

Ouders vinden ouders belangrijk

Het merendeel van de ouders (73%) vindt dat zij het voortouw moeten nemen rond de mediawijsheid van hun kinderen. Het aanleren van deze vaardigheden (voor zichzelf en als opvoeder) willen ze voornamelijk in een schoolachtige setting leren. Bij de helft van de ouders (50%) is er behoefte aan een online kijkwijzer, die wens bestaat vooral bij hoger opgeleide ouders.

6.3 Aandachtspunten mediawijsheid

Zoals gezegd, overschatten zowel ouders als jongeren hun eigen mediavaardigheden, wat verdere maatschappelijke aandacht voor mediawijsheid noodzakelijk maakt. De groep jongeren van 10 tot 14 jaar en hun ouders is echter zeer divers en de groepen hebben eigen behoeften en op verschillende punten ondersteuning nodig. In hoofdstuk 5 werden vier oudertypen en zes jongerentypen beschreven, een indeling die bepaald wordt door het opleidingsniveau, (leeftijd) en het mediagebruik.

Prioriteit bij grootgebruikers van media

Bij de ouders met een hoog mediagebruik is voor Mediawijzer.net de meeste winst te halen. De "Roekeloze prosumant" (lager opgeleide, grootgebruiker van media) kan meer leren over veilig internetgebruik en over het verbeteren van het mediagebruik van hun kinderen, aangezien de vaardigheden van jongeren door deze groep ouders veelal worden overschat. De "Gemakzuchtige prosumant" (hoger opgeleide, grootgebruiker van media) vindt zichzelf mediavaardig en is dit ook deels, zo blijkt uit de stellingen rondom gedrag. Deze groep schat hun kinderen laag in op mediavaardigheden, maar stelt bijzonder weinig regels rondom internetgebruik en vertoont geen ambitie om dingen over het internet te leren aan hun kind.

Kinderen met hoog mediagebruik vormen een belangrijk aandachtspunt

Hetzelfde geldt voor kinderen op het VO met een hoog mediagebruik. De vmbo groep met een hoog mediagebruik (de "Roekeloze prosument") is tamelijk roekeloos en wordt gekenmerkt door slechte mediavaardigheden (vooral als het gaat om strategische vaardigheden). Het grootste gevaar schuilt in een schromelijke overschatting van eigen kunnen en een hieruit voortkomende lage leerattitude om dergelijke mediavaardigheden te leren. Bij de havo-vwo groep met hoog mediagebruik ("vrijbuitende prosument") zijn de mediavaardigheden wat beter in orde, maar deze groep wordt zodanig vrijgelaten door de ouders, dat het gevaar bestaat dat er onvoldoende verbetermogelijkheden erkend worden. Wellicht kan het onderwijs voor deze groep een rol spelen.

In het kader van jong geleerd, oud gedaan is het verstanding om ook de groep in het primair onderwijs in een vroeg stadium bewust te maken van de risico's en gevaren van media en vooral het internet. De vaardigheden die zij met name ambiëren zijn praktische vaardigheden en (nog) geen mediavaardigheden, hetgeen indiceert dat het belang daarvan bij deze jonge groep nog niet voldoende is doorgedrongen. Deze groep jongeren zou de mediavaardigheden graag van de ouders leren, Mediawijzer.net zou voor deze ouders ondersteuning kunnen bieden.

6.4 Verder onderzoek

Dit onderzoek dient naast een weergave van de stand van zaken ook als een basis voor verdere metingen van Mediawijzer.net. Het is aan te raden verder onderzoek een minder brede scope geven en een onderzoek te focussen op bijvoorbeeld de strategische vaardigheden of innovatief gebruik van media. Hieronder geven we weer welke aspecten van het onderzoek het meest relevant zijn voor toekomstige metingen en wat mogelijkheden zijn voor vervolgonderzoek.

Behoeftepeiling als basis voor toekomstige metingen ...

Mediawijzer.net heeft aangegeven in de toekomst mogelijk variabelen uit het onderzoek te blijven meten. We adviseren daarbij respondenten in de toekomst te blijven vragen naar de inschatting van de eigen mediawijsheid (bijvoorbeeld 'Ik weet wat ik online kan zetten' en 'Ik weet hoe ik betrouwbare informatie moet vinden op internet') en deze te vergelijken met stellingen over het mediagedrag (bijvoorbeeld 'Ik zet persoonlijke gegevens over mezelf online' en 'Als ik informatie heb gevonden, controleer ik dat met andere informatie'). Het is daarbij niet noodzakelijk om de antwoorden van jongeren en ouders te kunnen vergelijken.

Het vergelijken van de respons van kinderen en hun ouders is wel relevant wanneer het gaat om de inschatting van de mediawijsheid van de ouders over hun kinderen en de maatregelen (regels over de duur of gesprekken aangaan met elkaar) rond internetgebruik. Het peilen van de behoefte om mediavaardigheden aan te leren zal relevant blijven voor Mediawijzer.net, waarbij mogelijk meer een focus moet liggen op welke vaardigheden (en hoe) ouders hun kinderen willen aanleren.

Uit het onderzoek komt naar voren dat de informatie- en strategische vaardigheden van jongeren achterblijven. Door de opkomst van internet, is het zoeken en vinden van betrouwbare informatie in een gemedialiseerde samenleving een nieuwe, maar ook een van de belangrijkste vaardigheden. Het opbouwen van kennis rondom de informatie- en strategische vaardigheden van jongeren is daarom geen overbodige luxe.

... en als vertrekpunt voor vervolgonderzoek

Er is in dit onderzoek niet diep ingegaan op verschillen tussen ouders die bekend waren met programma's rond mediawijsheid en ouders die hier niet mee bekend waren. In welke mate verschillen (in bijvoorbeeld regels rondom internetgebruik) kunnen worden toegeschreven aan deze programma's valt niet vast te stellen. Verder geldt dat de ouders is gevraagd of ze bekend zijn met de programma's en is niet nagegaan of ze de inhoud hiervan kennen. Verder onderzoek zou moeten aantonen of de ouders daadwerkelijk anders zijn gaan handelen door invloed van deze programma's. (het meten van toegevoegde waarde)

Interessant is eveneens om na te gaan in hoeverre de profielen uit hoofdstuk 5 kloppen met de belevingswereld van ouders en jongeren. Onderschrijven gebruikers (en experts op het gebied van mediawijsheid) deze indeling en conclusies? Wanneer de indeling stand houdt, zou het voor Mediawijzer.net als handvat gehanteerd kunnen worden om prioriteiten te stellen en verdere activiteiten op te ontwikkelen.

Tot slot, heeft ook de combinatie van enquête, waarin met name inschatting een grote rol speelde en anderzijds de "hands on" medialessen, waarin een meer experimentele setting kon worden gebruikt, geleid tot waardevolle inzichten. Zo is bijvoorbeeld het gat tussen perceptie over strategische zoekvaardigheden en de praktijk bij de doelgroep (10-14) schrikbarend groot. Deze combinatie biedt dus EN inzicht in de problemen (medialessen), EN in het feit dat deze problemen niet worden ervaren door de doelgroep. Het zou voor Mediawijzer dus aan te raden zijn om op beide terreinen activiteiten te ontplooiën (zowel bewustzijn verhogen als inhoudelijke programma's om strategische vaardigheden te vergroten). Vervolgonderzoek zou idealiter dus ook beide, elkaar versterkende onderzoeksmethoden kunnen hanteren.

Bijlage I: Ouderprofiel

In onderstaande tabel zijn verschillen tussen groepen geïdentificeerd middels "+" en "-". Vanwege relatief kleine N-waardes is niet gewerkt met statistische technieken als Chi-kwadraat om verschillen te identificeren, maar is een verschil van 10% tussen de groepen als relevant beschouwd. In dat geval is een verschil met een enkel "+" of "-" aangemerkt. Als de verschillen tussen groepen, het niveau van 20% of 30% bereikten zijn respectievelijk twee of drie plusjes en minnetjes gehanteerd.

OUDERS	Laag Mediagebruik		↔	Hoog Mediagebruik	
	Laag-middel opgeleid	Hoog opgeleid		Laag-middel opgeleid	Hoog opgeleid
Inschatting ouder van zelf					
Inschatten reclame op tv /kranten tijdschriften				-	+
Inschatting reclame op internet	-	+	-+		
Inschatting vinden betrouwbare gegevens internet	-	+			
Inschatting wel/niet online zetten	-	+	-+		
Reclame op internet te herkennen aan plaatjes	++	--		+++	---
Reclame op tv alleen in reclameblokken	++	--		+++	---
Reclame op radio alleen in radioblokken				++	--
Weten wanneer auteursrechtelijk beschermd			-+		
Inschatting ouder van kind					
In staat zijn betrouwbare informatie te herkennen	+++	---	-+	++	--
In staat zijn reclame te herkennen	+++	---		+++	---
Weten wat ze online kunnen zetten	+	-	-+		
Weet wanneer auteursrechtelijk beschermd				+	-
Maakt dingen voor op internet			-+	-	+
Gedrag ouder					
Controleren van bron van info bij zoekresultaten				-	+
Controleren van datum bij gevonden informatie			-+	-	+
Controleren van informatie met andere bronnen			-+	-	+
Persoonlijke gegevens online zetten			-+	-	+
Profiel pagina zichtbaar voor iedereen			+++		
Maak dingen voor op internet / opkomen voor mening			+++		
Beleving ouder over kind					
Weten wat kind doet online				+	-
Leren aan kind hoe ze internet goed kunnen gebruiken	+	-			
Regels over welke internetsites bekeken mogen worden	++	--	-+	+	-
Last van spam in mailbox van kind	-	+	-+	-	+
Kinderen worden weleens gepest via internet			-+		
Behoeftes aan vaardigheden ouders					
Foto's /video's bewerken	-	+	+-	-	+
Zelf leren wat je wel/niet online kunt zetten	+	-		+	-
Betrouwbare informatie vinden op internet	-	+	+-	-	+
Websites bouwen			+-	-	+
Kind leren wat ze wel/niet online kunnen zetten	-	+	+++	-	+
Behoeftes leren					
Behoeftes aan Kijkwijzer?				--	++
Weet u wat mediawijsheid betekent?	-	+			
Kennen van medialessen.nl			-+		
Kennen van mediawijzer			-+		
Kennen van oudersonline	-	+		-	+

Bijlage II: Kindprofiel

Onderstaande tabel is op overeenkomstige wijze als Bijlage I tot stand gekomen.

KINDEREN	Laag Mediagebruik			↔	Hoog Mediagebruik		
	PO	VO-L	VO-H		PO	VO-L	VO-H
Inschatting ouder van zelf							
Inschatten reclame op tv /kranten tijdschriften		-	+		--	++	++
Inschatting reclame op radio	-	+	+		-	+	+
Inschatten reclame op internet	-	-	+	+-	-	+	+
Inschatting vinden betrouwbare gegevens internet				+-			
Inschattingen weten wat online te zetten	-	-	+		-		+
Reclame op internet te herkennen aan plaatjes					-	++	+
Reclame op tv alleen in reclameblokken					-	++	+
Weten wanneer auteursrechterlijk beschermd	--	--	++		-	+	-
Gedrag kind							
Aanpassen zoekresultaten bij veel resultaten				+-	+	-	-
Klikken op link zonder zoekresultaat te lezen	-	++	--	+-			
Controleren van bron van info bij zoekresultaten	-	-	++			-	+
Controleren van informatie met andere bronnen	--	--	++	+-	--	--	++
Persoonlijke gegevens online zetten	-	+	-	+-	--	++	++
Profielpagina zichtbaar voor iedereen	+	-	-	+-			
Maak dingen voor op internet / opkomen voor mening				+++	-	+	++
Gebruik auteursrechterlijk beschermd materiaal				+-	-	+	+
Beleving kind sociale media							
Door sociale media in contact met vrienden	--	++	++	+-	--	++	++
Door sociale media op de hoogte van dingen op school	-	+	-	+-	--	++	++
Geen leven voorstelbaar zonder sociale media	+	+	-	+-	-	+	++
Sociale media maken leven leuker	--	++	--		-	++	+
Beleving kind - ouder							
Praten met ouders over wat op internet doet					++	++	--
Ouders leren mij hoe ik internet goed kan gebruiken				+-	++	++	--
Ouders hebben regels over hoe lang op internet	+	++	-	+-	+	-	-
Ouders hebben regels over welke sites wel/niet	+	-	+		+	+	-
Ouders weten wat ik doe op internet					+	+	-
Behoefteleren							
Foto's en video's bewerken	++	--	--	+-			
Wat je op internet kunt zetten en wat niet				+-	+	-	++
Websites bouwen	+	-					
Waar_Leren: In de klas?	--	++	++		---	+++	++
Waar_Leren: Ouders	++	--	--		+++	---	---
Waar_Leren: Zelf via boek of computer				+-	-	-	+



Contact:

Dialogic
Hooghiemstraplein 33-36
3514 AX Utrecht
Tel. +31 (0)30 215 05 80
Fax +31 (0)30 215 05 95
www.dialogic.nl

