

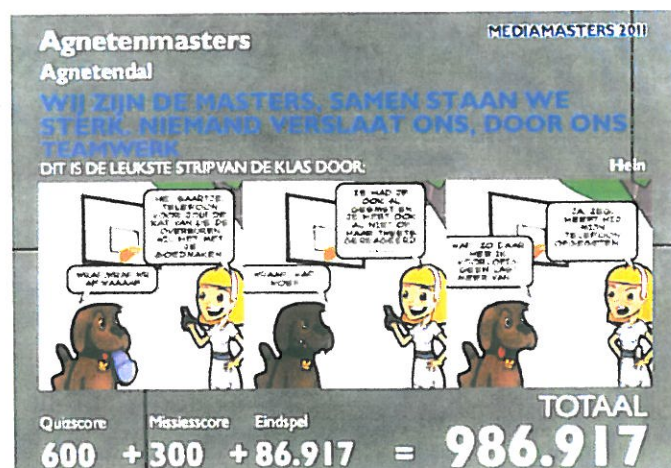
BASISSCHOOL AGNETENDAL UIT DOMMELEN MEDIAMASTER 2011

Over cyberpesten en cool chatten

Minister Van Bijsterveldt (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) gaf eind november het startsein voor de Week van de Mediawijsheid 2011. Circa 40.000 kinderen (1800 groepen) gingen aan de slag met 95 uitdagende mediamissies. Uiteindelijk was het groep 8 van basisschool Agnetendal uit het Brabantse Dommelen die de fel begeerde titel Media-Master2011 in de wacht sleepte.

Hein Lepelaars, leerkracht groep 8 en IB'er, begeleidde het project op de Dommelse school. Lepelaars: "Het leek ons een uitgelezen mogelijkheid om het onderwerp mediawijsheid op een leuke, indringende manier onder de aandacht van de leerlingen te brengen. Gedurende een week gingen ze met allerlei media aan de slag. Het doel was om de leerlingen bewuster te leren omgaan met de media. Social media zijn heel populair, maar er kleven ook bepaalde risico's aan. Voor de meeste leerlingen was het project echt een eye-opener." Lepelaars is zeer te spreken over de opzet van het project. "Het was een helder, uitdagend en interactief project. De opdrachten waren goed uitgewerkt en echt op de doelgroep toegesneden. De winnende groep heeft alle 95 mediamissies goed opgelost. In totaal hebben we met vier groepen meegedaan."

"Op de laatste dag van de week stonden we met acht scholen bovenaan. De laatste opdracht bestond uit een filmpje die plots werd onderbroken en waarop de leerlingen zo snel mogelijk moesten reageren. Ze vonden het allemaal vreselijk spannend. 's Middags bleek dat we



gewonnen hadden, maar de kinderen geloofden het eerst niet. Gedurende de week hadden ze namelijk al vaker mailtjes gekregen met de mededeling dat ze een prachtige prijs hadden gewonnen. Moesten ze natuurlijk wel eerst hun persoonlijke gegevens achterlaten. Nu waren ze duidelijk op hun hoede, met andere woorden: ze waren al een stuk mediawijzer geworden. Toen ze doorkregen dat deze prijs echt was, waren ze natuurlijk allemaal door het dolle heen. We gaan met de hele klas naar het programma Z@Plive, een fantastische belevenis voor de kinderen."

Volgens Lepelaars vinden jonge kinderen het leuk om met (social) media bezig te zijn, maar zijn ze nauwelijks bewust van de gevolgen van hun handelen. "Welke foto's plaats je op Hyves? Wat vertel je over jezelf en anderen? De laatste vier jaar hebben we er als leerkracht een behoorlijke taak bij gekregen, zeker in groep 7 en 8. Als we dat proces niet goed begeleiden, kan het helemaal mis gaan. Soms komen kinderen 's ochtend kwaad binnen, omdat ze 's avonds ruzie hebben gemaakt op Hyves. We willen ze als school geen regels voorschrijven, maar we willen ze wel leren om er op een verantwoorde manier mee om te gaan."

Risico's internet volgens ouders

Onderzoeksbureau Dialogic heeft ouders gevraagd de risico's te taxeren waarmee hun kinderen te maken krijgen. Risico's die ouders als een potentieel probleem beschouwen bij hun kind zijn onder andere: digitaal pesten (19%), ongewenste intimiteiten (19%), misbruik van persoonlijke informatie (18%) en verslaving door hoog gebruik (17%). Ouders hebben vooral bij jonge meisjes angst dat zij verleid worden door mannen via internet en bij oudere kinderen in het voortgezet onderwijs spelen zorgen om concentratieproblemen en mediaverslaving een grotere rol. Ouders die zelf media-actief zijn, schatten de risico's hoger in.

Vroeg beginnen

Uit onderzoek van Dialogic, dat werd uitgevoerd in opdracht van Mediawijzer.net, blijkt dat kinderen op de basisschool anno 2011 nog weinig risicovol gedrag vertonen. Dit verandert echter snel wanneer ze naar het voortgezet onderwijs gaan. Ze gaan dan intensiever media gebruiken – soms tot wel 7 uur per dag – worden zorgelozer (privé-informatie online delen, onbekenden toevoegen in profielsite zoals Hyves) en ontwikkelen gebrek aan focus (snel afgeleid zijn tijdens het huiswerk maken, in de les op de telefoon kijken of op een link klikken zonder eerst de omschrijving te lezen).

'Maak kinderen al op jonge leeftijd mediawijsheid. Betrek ouders en leerkrachten er ook nadrukkelijk bij!'

Om risicogedrag op latere leeftijd te voorkomen, is het volgens de onderzoekers belangrijk dat ouders al vroeg gericht bezig zijn met media-opvoeding. Kinderen van tien tot elf jaar staan nog open voor een gesprek hierover thuis. Om hun rol als media-opvoeder optimaal in te vullen, is het van belang dat ouders meer zicht krijgen op hun eigen mediagedrag en de invloed die dat heeft op het (toekomstig) mediagedrag van hun kinderen. Lepelaars: "Het afgelopen weekend werd ik nog door een ouder getipt over een gesprek op Hyves en een paar dagen later was er weer een incident. Het brengt wel extra werk met zich mee. Van de leerkrachten mag je tegenwoordig eigenlijk verwachten dat ze om kunnen gaan met deze media, dat ze zich erin verdiepen en de gevaren ervan erkennen. De leerkrachten van de bovenbouw kunnen hier al aardig mee overweg, maar ook wij hebben nog leerkrachten die nog lang niet zover zijn. En ook veel ouders zijn nog geheel onwetend op dit gebied. Binnenkort organiseren we een ouderavond waarop het thema 'Social media' op de agenda staat. Partnerschap bij de ouders is heel belangrijk. Hoe pakken we het gezamenlijk goed aan?"

Mochten ouders op de basisschool nog enigszins zicht hebben op de mediaconsumptie van hun kinderen, in het voortgezet onderwijs is daar geen beginnen meer aan. Vanaf twaalf jaar gaat het mediagebruik fors omhoog, vooral het social mediagebruik. Zijn op de basisschool YouTube (85%), zoekmachines (80%) en Hyves (72%) nog het meest populair, wanneer kinderen naar het voortgezet onderwijs gaan, blijft YouTube (87%) populair, maar winnen daarnaast e-mail (van 55% naar 79%), Facebook (van 11% naar 27%), MSN (van 26% naar 70%) en Twitter (van 4% naar 31%) snel terrein. Ouders blijven sterk achter bij het gebruik van nieuwe media in verhouding tot hun kinderen.

"Vroeg beginnen is dus het devies", zegt Lepelaars. "Dat geldt zowel voor de kinderen als de ouders. Maar in een week kun je al veel leren, zo blijkt. Onze leerlingen zijn zich nu veel bewuster van het feit dat



KlasseTV en mediawijsheid

Het lespakket 'Mediawijsheid' van KlasseTV bestaat uit zes lessen die kinderen bekend maken met de verschillende aspecten van digitale media. Het lespakket gaat met name in op de sociaal-emotionele ontwikkeling van de leerling met betrekking tot een veilige omgang met internet, sites, profielpagina's, games, cyberpesten en reclame. Het lespakket is prima te integreren bij vakken als sociaal en burgerschap. Het pakket is bestemd voor de groepen 7 en 8 van de basisschool. In het lespakket zitten video's, digitale praatplaten, lesbrieven voor de leerkracht, werkbladen voor de leerlingen en een informatiebrief voor de ouders.

10 dingen over media die alle ouders moeten weten

1) Kies de media die inhoudelijk passen bij de leeftijd van het kind.

Iedere leeftijdsfase heeft zijn eigen kenmerken; laat televisieprogramma's, apps, games of websites daarop aansluiten. Zorg dus dat u als ouder goed geïnformeerd bent via websites als mijnkindonline.nl, mybee.nl, mediasmarties.nl en mediaopvoeding.nl.

2) Pas de duur van het mediagebruik aan op de leeftijd van uw kind en maak daar duidelijke afspraken over.

Hoe lang en hoe vaak een kind media mag gebruiken, is vooral een kwestie van zelf uitproberen en het gezonde verstand gebruiken. Formele richtlijnen zijn daar niet voor, wel adviezen.

3) Leer uw kind de Kijkwijzer en PEGI leeftijdclassificaties te respecteren.

Kinderen houden wel van spanning, maar een heel erg enge film of game vinden kinderen niet leuk. Vooral bij jonge kinderen helpt het niet als u zegt dat het niet echt is. In de beleving kunnen kinderen daar geen afstand van nemen. Bij kinderen van negen jaar en ouder kunt u wel uitleggen dat het niet echt is en dat de kans dat uw kind zoiets engs in het echt meemaakt heel erg klein is.

4) Bespreek reclames met uw kinderen.

Iedereen is gevoelig voor reclames op televisie, in de bioscoop, in bladen en buiten op straat. Reclame is niet per definitie slecht, maar probeert producten wel altijd zo aantrekkelijk mogelijk te presenteren. Leer uw kind dat reclames gebruikmaken van trucjes, zoals herkenbare deuntjes (muziek), vrolijke situaties (blijde mensen), mooi weer (belichting), et cetera.

5) Vertel uw kind dat voor internet en sociale media geldt: als je iets niet zou doen IRL (In Real Life), doe het dan ook niet in de digitale wereld.

Behandel anderen zoals je zelf behandeld zou willen worden.

6) Maak samen met uw kind een profiel aan op Hyves, Twitter of Facebook.

U kunt samen aangeven wie bijvoorbeeld foto's en berichten mogen bekijken. 'Alleen voor vrienden' (of een 'besloten' account) is de veiligste optie.

7) Onthoud bij alles wat uw kind online zet, dat het in de toekomst terug te vinden zal zijn.

Zelfs als hij of zij denkt dat het weg is.

8) Wees kritisch op contacten via sociale media.

Accepteer alleen betrouwbare uitnodigingen en controleer zo nu en dan samen met uw kind de vriendenlijst. Hoort iedereen er nog bij? Vertel uw kind nooit zomaar af te spreken met iemand die hij of zij online heeft leren kennen.

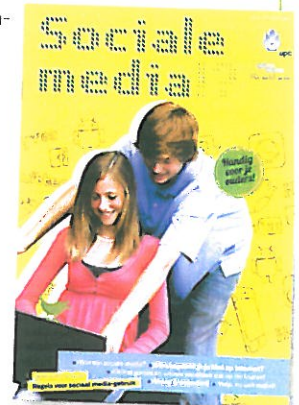
9) Met een vriendelijke en attente opstelling maakt uw kind zichzelf online geliefd.

Reageer vlot op krabbels en berichtjes en deel complimenten uit. Negeer ruzies en scheldpartijen. Veel mensen lezen mee, het is slecht voor het imago van uw kind en hij of zij kan er last mee krijgen.

10) Houd de privacy van uw kind in ere.

Zet geen persoonlijke gegevens online. Geen naam van de school, woonadres, telefoonnummer en e-mailadres. En leer uw kind zijn of haar wachtwoord geheim te houden.

Bron: www.weekvandediawijzheid.nl



alles wat je op het internet zet, tot in lengte van dagen te zien en te lezen is. Wil je dat? Ze geven nu ook niet meer zo gemakkelijk allerlei persoonlijke informatie en zeker geen wachtwoorden. Je kunt met een wachtwoord immers een heel Habbo Hotel van een vriendinnetje leegroven of een vervelend krabbeltje onder iemand anders naam op Hyves plaatsen. Met alle vervelende gevolgen van dien. Ook zien ze nu veel eerder het verschil tussen objectieve en commerciële informatie. Allemaal zaken waar ze voor die week nauwelijks bij stil stonden."

Mediawijzer.net

Mediawijzer.net is het online loket voor iedereen die (professioneel) te maken heeft met of meer wil weten over mediawijzheid. Mediawijzer.net is opgezet door het Mediawijzheid Expertisecentrum, op initiatief van de ministeries van OCW en Jeugd en Gezin.

Mogelijkheden

Lepelaars benadrukt dat er tijdens de week ook voldoende aandacht was voor de positieve kanten van de media. "Internet is ook een eindeloze bron van informatie en waar zouden we zijn zonder de krant en de televisie? En op Hyves en MSN kunnen je natuurlijk ook heel prettige gesprekken voeren en prachtige foto's uitwisselen. Ook daar werd op een goede manier aandacht aan besteed in het project, vind ik. Ik vond dat de opzet echt in balans was"

Ook bieden de nieuwe media volgens Lepelaars volop kansen voor de school. "We overwegen als school een Twitteraccount aan te maken, zodat we ouders op een snelle en adequate op de hoogte kunnen houden. Vroeger moest je dat allemaal op papier doen, nu sturen we (groeps)mailtjes en elektronische nieuwsbrieven. Dat is goedkoper en interactiever. Ouders kunnen veel makkelijker reageren, ook al moet je ook dit proces goed begeleiden. Het is niet de bedoeling dat op ieder mailtje een uitgebreide 'briefwisseling' volgt. Dan ben je meer tijd kwijt met het beantwoorden van de mailtjes dan met lesgeven. Ook met deze media moeten we dus leren omgaan."