



‘Wat is wijsheid?’

Workshops voor ouders over mediawijsheid in de wijk Hoograven in Utrecht



Aefke ten Hagen

Foto boven Hoograven: Archief Hoograven (facebookpagina)
Foto onder: GettyImages.com

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Aanleiding	8
Wat gebeurt er al in de wijk Hoograven?	8
Hoograven in de lift	8
De gemiddelde ouder	9
Workshops.....	10
Doelgroep	10
Mediawijze ouders	11
Interviews met ouders.....	12
Doelstellingen	14
Doelstellingen lange termijn	15
Doelstellingen korte termijn.....	15
Planning	15
Planning lange termijn.....	15
Planning korte termijn.....	15
Kosten en benodigdheden	16
Evaluatie	17
Bijlagen	20
Definities en competenties	21
Mediawijsheid	21
Mediawijsheidcompetenties	21
Mediacoach	23
Wifi-generatie.....	24

Voorwoord

Net voor de geboorte van onze oudste zoon, hebben we onze omgeving gevraagd geen foto's van ons kind op internet te zetten zonder onze toestemming. Mensen reageerden geschrokken. Of we hen niet vertrouwden. Waarom we dat vroegen en dat we 'toch niet konden voorkomen' dat hij zijn eerste digitale footprints op het net zou zetten. 'Wacht maar, als jullie kind er eenmaal is, ben je zo trots dat je allemaal foto's op Facebook zet', zei een vriendin. Onze zoon is net twee geworden. Er staan geen herkenbare foto's van hem op internet.



Afbeelding 1 . Bron: privéfacebookaccount Aefke ten Hagen- De eerste gepubliceerde babyfoto van Tijl Frederik van de Ven. Alleen zijn voeten zijn zichtbaar.

Ik vind dat kinderen recht heeft op online privacy. Als onze zoon een Facebookprofiel wil zodra hij dertien is, gaan we het erover hebben wat daar op komt. Maar nu gun ik hem zijn online rust. Bovendien heb ik angst over wat er met zijn foto's kan gebeuren. Wie weet plaatst iemand zijn onschuldige kinderhoofdje op een Amerikaanse pornosite.

'Wat maakt dat nou uit', vond een voorstander van het plaatsen van kinderfoto's op Facebook. 'Dat weet je toch niet'.

Het maakt mij wel uit. Daarom ben ik me er in gaan verdiepen. Ik sprak met andere ouders over hun angsten voor online media. Anderen zijn juist heel onbezorgd, maar ook onwetend. Als ik hen vertel dat privacy op Facebook niet bestaat, schrikken ze en schieten in hun boosheid. 'Hoe durven ze de foto's van mijn kind te gebruiken'.

Eigenlijk had ik nog niet eens van de term 'mediawijs' gehoord. Als online communicatieadviseur vond ik wel dat ik mensen moest adviseren over hun gedrag op internet. Een grappig bedoelde tweet van een adviseur zou voor een boel politieke onrust kunnen zorgen. Daarom organiseerde ik trainingen sociale media. Naast de behoefte aan een 'knoppentraining' bleek ook dat adviseurs behoefte hadden aan strategisch advies. Hoe konden zij zich mediawijs gedragen?

Mijn naam is Aefke ten Hagen. In 2013 hoorde ik dat het kenniscentrum waarvoor ik nu werk, Calibris, wordt wegbezuinigd. Van mijn werkgever kreeg ik de kans om met een loopbaancoach te praten, te gaan onderzoeken wat ik echt interessant vind. Zo kwam ik in contact met Juliette van der Wurff. Zij houdt zich bezig met sociale media en de zorg¹. Toen ik haar vertelde dat ik mensen wilde voorlichten over het gebruik van internet, hen wilde wijzen op de mogelijkheden en de gevaren en het liefst ouderavonden wilde gaan geven omdat ik denk dat ouders als eerste opgevoed moeten worden, zei ze:

'Jij moet mediawijsheid gaan doen'.



Afbeelding 2 . Bron: www.someecards.com

¹ <http://socialjuul.nl/>

Wat is wijsheid?

Wijsheid is openstaan voor de kracht van nieuwe mogelijkheden en accepteren dat andere mensen anders tegen de wereld kunnen aankijken. Bij wijsheid gaat het meer om het overzicht dan om de details. Het gaat er ook om alle kanten en oplossingen van een probleem in beeld te brengen vóóordat je er een kiest ². ‘Slimheid is het bezit van een bibliotheek vol boeken; wijsheid is weten wélk boek je op het juiste moment moet lezen ³. Hier zou ik aan toe willen voegen: ‘(Media)wijsheid is weten wélk medium je op het juiste moment moet kiezen om de informatie te lezen die je nodig hebt en deze kennis op waarde schatten’.

Ik las de flyer over de Nationale Opleiding MediaCoach⁴ op het juiste moment. Ik vulde een formulier in voor mijn werkgever en besloot na mijn zwangerschapsverlof (ukkie⁵ 2 was in aantocht) te starten met de opleiding mediawijsheid.

Mijn beleidsplan gaat over mediawijsheid in mijn eigen wijk. Ik woon nu bijna vijf jaar in Hoograven in Utrecht. Mijn kinderen zijn nu nog ukkies, maar gaan hier over een paar jaar naar de basisschool. Tijdens mijn oriëntatie op basisscholen – in Utrecht kun je niet vroeg genoeg zijn –, merkte ik dat er in de onderwijswereld ook nog veel te winnen is op het gebied van mediawijsheid. Ik wil niet dat onze kinderen in een openbaar fotoalbum van de basisschool te vinden zijn. Toen ik hier iets over opmerkte tegen de directeur, zei hij dat er maar drie ouders waren die hier bezwaar tegen hadden gemaakt. Ik concludeer hier niet uit dat ouders het prima vinden dat anderen met de foto’s van hun kind aan de haal gaan. Ik denk met dat veel ouders nog niet mediabewust zijn.

Kinderen hebben recht op liefdevolle begeleiding ⁶. Het is belangrijk dat we naar de positieve punten van moderne media gaan kijken, maar ons ook bewust zijn van de gevaren. Uit zeer recent onderzoek blijkt dat ouders in een spagaat zitten. ‘Aan de ene kant staan ze hun kinderen steeds vaker en langer toe om met tablets en computers te spelen, zelfs tot in de slaapkamer. Aan de andere kant zijn ouders er ook van overtuigd dat media geen ‘must’ voor hun kinderen zijn en vinden ze dat kinderen beter iets anders kunnen doen dan met media bezig te zijn ⁷. En het is zo belangrijk

² Documentairemaakster Eveline van Dijk in een interview (www.humanistischealliantie.nl)

³ <http://www.zoekenboek.nl/boek/edward-de-bono/leer-uw-kind-denken/i/666754641/>

⁴ De Nationale Academie voor Media & Maatschappij heeft als doelstelling het leveren van een inspirerende, waardevolle en effectieve bijdrage aan het bevorderen van bewustzijn, begrip, attitude en gedrag van burgers ten opzichte van nieuwe mediaontwikkelingen in de maatschappij. De Academie richt zich daarbij op jeugd, ouders, jeugdprofessionals en maatschappelijke instellingen. De Academie streeft ernaar deze doelstelling te bereiken middels het onderzoeken en rapporteren van mediatrends in de maatschappij, het aanbieden van educatieve programma’s en lesmaterialen, het organiseren van congressen en het verzorgen van diverse publicaties, presentaties en lezingen .

⁵ Deze term verwijst naar www.mediaukkies.nl

⁶ <http://pikler.nl/>

⁷ <http://www.mediawijzer.net/onderzoek-iene-miene-media-ouders-in-spagaat-door-toename-mediagebruik/>

dat ouders mediawijs zijn en hun kinderen op die manier opvoeden. Het is natuurlijk zo dat kinderen snel digiwijs zijn. Mijn zoon van twee jaar weet ook hoe hij het filmpje van Bumba moet aanklikken op Youtube. Hij kletst op skype met zijn tante uit Australië. Maar dat wil niet zeggen dat hij ook mediawijs is. Ik wil hem leren hoe hij al het goede uit de moderne media kan halen. Ik vind het belangrijk dat hij een bewuste gebruiker van de moderne media is.

Het is mijn achtergrond van jeugdhulpverlener die ervoor zorgt dat ik andere mensen graag wil helpen. Ik heb sociale psychologie gestudeerd, daarmee ga ik altijd op zoek naar de vraag achter de vraag. Ik ben onderzoekend en vind het belangrijk een vraag goed te analyseren voordat ik ergens een oordeel over geef. Ik heb me de laatste jaren gespecialiseerd in online communicatie. Als (bijna)-mediacoach kan ik mijn voordeel doen met deze achtergrond.

Aanleiding

Wat gebeurt er al in de wijk Hoograven?

Om dit plan te kunnen uitwerken, heb ik eerst onderzocht wat er allemaal al gebeurt in de wijk. Via sociale media kwam ik in contact met Marlies Bosch, sociaal makelaar van de stichting Vooruit⁸ in Utrecht. In de wijk Hoograven zijn er verschillende initiatieven voor mediawijsheid. Stichting Vooruit werkt samen met MiraMedia⁹; allochtone ouders worden gestimuleerd hun kinderen te begeleiden met online media. Verder zijn er al computerlessen voor laaggeletterden georganiseerd. De vijf basisscholen in Hoograven willen ook aan de slag met mediawijsheid. Dit onderdeel is nog niet geïntegreerd in de lesprogramma's.



Afbeelding 3. www.fransmensonides.nl

Hoograven in de lift

In de wijkambities (2014 – 2018) die de Gemeente Utrecht heeft opgesteld, geldt voor de wijk Hoograven het streven: 'Hoograven (verder) in de lift!' om voortzetting van de intensieve aanpak op de aandachtsgebieden: wonen, werken en leren. Ook al is Hoograven officieel geen krachtwijk meer, blijvende investeringen op sociaal en fysiek vlak blijven nodig. De verbetering van woningen, de openbare ruimte, veiligheid en sociaal-maatschappelijke ondersteuning zijn belangrijke speerpunten.

⁸ <http://www.vooruitutrecht.nl/>

⁹ <http://www.miramedia.nl/>

Ook investeringen in het (basis)onderwijs zijn cruciaal voor sociale stijging (inclusief vreedzame wijk, speeltuinen, sportveldjes). Hierin past het idee om te investeren in mediawijsheid. Als ouders weten wat hun kinderen online doen, krijgen zij meer grip op de opvoeding en dit draagt uiteindelijk bij aan een vreedzame wijk.

Het bereiken van de gemiddelde ouder

Tijdens het jaarlijkse congres mediawijsheid heb ik de workshop *‘Mijn computer is leuk’*.

Laagdrempelige mediaopvoedondersteuning van Marjolijn van Leeuwen en Nural Orucu gevolgd. Zij zijn werkzaam bij Pharos¹⁰ kenniscentrum gezondheidsachterstanden bij migranten en laagopgeleiden en MiraMedia. Na afloop heb ik kort met hen gesproken. Voor ouderen, laaggeletterdheid, en lager opgeleiden bestaan er verschillende initiatieven op het gebied van mediawijsheid. Marjolijn van Leeuwen bevestigde mijn vermoedens over mediawijsheid en ouderavonden. ‘Op een ouderavond komen meestal specialisten. De ‘gemiddelde’ ouder zie je daar nauwelijks’.

Ook daarom is het zo belangrijk om een goede relatie op te bouwen tussen leerkracht en ouders. Wanneer een goede band is opgebouwd kunnen ouders en leerkrachten open communiceren. Het volgende citaat illustreert dat:

‘Pas als de verantwoordelijkheid van ouders en die van school in elkaars verlengde liggen, krijgt het kind echt de kans zich te ontwikkelen¹¹’.

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat de opkomst van ouderavonden vergroot kan worden door:

- Ouders op tijd uit te nodigen door het geven van een aantrekkelijke uitnodiging.
- Laat ouders zich door een strookje op de uitnodiging afmelden en bel ouders na wanneer zij niet geweest zijn.
- Vervang de thema-avond door een workshopavond zodat elke ouder de informatie kan kiezen waar hij/zij behoefte aan heeft.

¹⁰ www.pharos.nl

¹¹ Van Mulligen, Gieles en Nieuwenbroek (2001)

Workshops

In dit beleidsplan richt ik me op mediawijsheid voor ouders in de wijk Hoograven. Op korte termijn wil ik ouders van kinderen uit groep 8 van de Johannes de Doper in deze wijk verschillende workshops mediawijsheid aanbieden. Ouders die zich aanmelden voor een workshop zijn betrokken bij hun kind en willen meer weten over mediaopvoeding. Om meer ouders te trekken dan bij de gemiddelde ouderavond¹² stel ik voor om workshops te houden en ouders te laten kiezen uit drie onderwerpen. Iedereen kan dan de informatie kiezen waar hij of zij behoefte aan heeft. Aan het eind van een workshop krijgt iedereen een inspiratieboekje mee (wijs met media)¹³.

¹² Zie hiervoor hoofdstuk 'Doelstellingen'

¹³ <http://www.ffshop.nl/webshop/voor-ouders/inspiratieboekjes/>

Doelgroep

Mediawijze ouders

Mediawijs zijn betekent dat je kunt nadenken over je eigen mediagebruik. Dit geldt voor kinderen en docenten, maar ook voor ouders. Mediawijze ouders kunnen zich actief, bewust en kritisch bewegen in onze samenleving vol media. Als je mediawijs bent, kun je media gebruiken om je eigen doelen te realiseren (een vakantie boeken, je mening geven, informatie voor een werkstuk opzoeken), om iets te maken of om met anderen te communiceren. Een ander aspect van mediawijs zijn, is dat je het waarheidsgehalte en de betrouwbaarheid van bronnen kritisch kunt beoordelen. En dat je oog hebt voor privacy en de (online) veiligheid van jezelf en anderen. Mediawijsheid is dus veel meer dan alleen online veiligheid. Mediawijsheid is een onderdeel van wat we 21st century skills noemen: de vaardigheden die een jonge generatie nodig heeft om nu en straks te leven en te werken in onze sterk gedigitaliseerde maatschappij.



Afbeelding 4 . Bron: Bureau Jeugd en media¹⁴

'Als je met de jeugd werkt moet je zelf wel mediawijzer worden: wil je kinderen of jongeren kunnen begeleiden. Het is hún wereld ¹⁵.

¹⁴ <http://www.bureaujeugdenmedia.nl/project/ouderavond/>

¹⁵ www.mediaenmaatschappij.nl

Ouders kunnen zelf veel doen om mediawijs te worden, bijvoorbeeld ¹⁶:

- Het (*online*) spel [Digifamilie](#) spelen
- Het (*offline*) [mediaspel](#) van Beeld & Geluid doen
- Samen de [MediaScan](#) doen in Beeld & Geluid
- De gratis online cursus volgen '[mediawijsheid voor ouders](#)'
- Het [inspiratieboekje 'Wijs met media'](#), bestellen met 20 toptips van en voor ouders
- Zich aanmelden als [cyberouder](#)
- De workshop [Focus op je Kind](#) volgen
- De school vragen een ouder- of informatieavond te organiseren
- Met je kind in gesprek gaan over dat wat hem bezig houdt. Zowel online als offline.

Interviews met ouders

Tijdens de opleiding heb ik een aantal interviews met ouders van kinderen tussen de 6 en de 16 gehouden over mediagebruik binnen het gezin. Een aantal punten kwam bij alle gesprekken terug.



Afbeelding 5. Bron www.gettyimages.com

1 Ouders weten niet wat er technisch allemaal mogelijk is met een smartphone.

'Mijn zoon vond het nooit erg als ik hem naar bed stuurde. Totdat ik hem zei dat hij zijn telefoon beneden moest laten liggen. Het huis was te klein. Bleek hij gewoon tv te kijken via een app op zijn mobieltje!'

¹⁶ www.mediawijs.nl

2 Ouders vinden het moeilijk grenzen te bewaken.

'Tja, mijn zoon van negen heeft een Facebookaccount. Maar ja. Dat houd je ook niet tegen'.

'Als ik met mijn dochter van twee afspreek dat ze even op de iPad mag, is het huilen als dat ding weer de kast in gaat. Geef je iets leuks, is het weer niet goed. Het is gewoon verslavend'.



Afbeelding 6. Bron: privéfacebookaccount Aefke ten Hagen

3 Ouders hebben geen idee hoe ze moeten omgaan met cyberpesten.

'Mijn dochter wordt gepest op internet. Ik weet niet hoe ik haar kon helpen'.

Bovenstaande drie punten wil ik meenemen als thema's voor de drie workshops voor ouders.

Mediaopvoeding: 'Geen iPad aan tafel!'

Online trends en ontwikkelingen: 'De smartphone is allang geen telefoon meer'.

Cyberpesten: 'Mijn kind wordt gepest op internet.'

Doelstellingen

Doelstelling op lange termijn

Het bevorderen van mediawijsheid bij ouders.

Ouders moeten actief, kritisch en bewust gebruik kunnen maken van de media om hun kinderen te begeleiden in de mediaopvoeding.

Doelstelling op korte termijn

Om de doelstelling op lange termijn te kunnen halen, is ouderbetrokkenheid nodig. Op korte termijn wil ik drie workshops organiseren voor ouders om hen te betrekken bij het onderwerp mediawijsheid.

Workshops:

Mediaopvoeding: 'Geen iPad aan tafel!'

Online trends en ontwikkelingen: 'De smartphone is allang geen telefoon meer'. Cyberpesten: 'Mijn dochter wordt gepest op internet.'

De opkomst op ouderavonden is meestal rond de vijftig procent ¹⁷. Om de animo van ouders te verhogen naar minimaal 75 procent, maken we uitnodigingen die ouders ertoe verleiden zich aan te melden. Dit doen we door de uitnodigingen mooi te laten vormgeven, triggerende titels te gebruiken en in te spelen op schaarste (wees er snel bij want...) Deze uitnodigingen versturen we via de mail en geven we mee aan de kinderen. Verder hangen we posters op in de school. Iedereen kan zich online opgeven of een strookje meegeven aan het kind. Omdat er drie workshops aangeboden worden waaruit ouders kunnen kiezen, verwacht ik dat de opkomst hoger is dan gemiddeld. Iedereen kan namelijk kiezen wat voor hem of haar interessant is om op die avond te volgen. Wellicht kunnen we deze kennis in de toekomst gebruiken bij het organiseren van workshops. Per workshop kunnen er maximaal twintig ouders meedoen. Mocht het blijken dat er bepaalde workshops populairder zijn dan andere, organiseren we extra workshops.

Of de opkomst van ouders is gestegen met 25%, meten we met presentielijsten tijdens de workshopavond.

¹⁷ Hier is geen recent onderzoek naar gedaan. Het is een schatting op basis van navraag bij verschillende docenten.

Planning

Planning langere termijn

September 2015 tot juli 2017

- Keuze voor structurele activiteiten (waaronder workshops, informatiemarkten en thema-avonden) voor ouders van basisscholen in Hoograven op het gebied van mediawijsheid
- Uitbouw en implementatie activiteiten mediawijsheid
- Elk half jaar een evaluatie

Planning korte termijn

Het organiseren van drie workshops mediawijsheid voor ouders van groep 8 van de Johannes de Doper in de wijk Hoograven in Utrecht.

Activiteit	Wanneer	Wie ¹⁸
Uitnodigingen en posters maken	Eerste week april 2015	School
Uitnodigingen per mail versturen	Eerste week april 2015	School
Posters ophangen	Eind april 2015	School
Inventariseren aanmeldingen en inplannen	Eind april 2015	Mediacoach
Workshops	Tweede week mei 2015	Mediacoaches
Evaluatie en inventarisatie vervolg	Eind mei 2015	Mediacoach en school

¹⁸ In overleg bepalen welke personen dit gaan uitvoeren en welke rol de stichting 'Vooruit!' hier in speelt.

Kosten en benodigdheden

Kosten

Eenmalige aanschaf

Inspiratieboekjes ouders 60*€ 1,75 € 105,-

Uitnodigingen

Ontwerp en drukwerk

Flyers 100 € 270,-

Kosten mediacoaches

3 workshops (á 2,5 uur*€ 170,-) € 1275,-
(inclusief voorbereiding)

€ 1650,-

Benodigdheden

- De workshops worden gegeven in een lokaal van Johannes de Doper. Een externe locatie is niet nodig.
- Inspiratieboekjes voor ouders.
- Een goed en snel werkende internetverbinding en beamer voor de workshops.
- Koffie, thee en water.



Afbeelding 7. www.mediarakkers.nl

Evaluatie

Als we de workshops willen verbeteren en uitbreiden, is het belangrijk de workshops na afloop te evalueren. Ouders krijgen na het volgen van de workshops een online vragenlijst toegestuurd. Deze lijst bestaat uit een aantal gesloten vragen en een onderdeel waarop zij verbeterpunten kunnen aandragen. Of de opkomst is gestegen met 25%, meten we met presentielijsten.

Hoe ervaren de ouders deze workshops? Hebben zij tijdens de workshops geleerd wat zij wilden leren? Hebben zij hier voordeel aan in de praktijk? Hoe ervaren zij de aandacht voor mediawijsheid in het contact met hun kind? Zijn er onderwerpen die zij missen? Vinden zij dat de mediacoach de kennis goed overbrengt en wat verwachten zij van de Johannes de Doper?

Vervolgstappen

Met deze bevindingen kunnen de workshops worden uitgebreid en op maat gemaakt voor ouders van de groepen 1 tot en met 7. Daarnaast kunnen we een informatiemarkt organiseren voor ouders van alle leerlingen van Johannes de Doper. Een markt waarop van allerlei informatie wordt aangeboden op een laagdrempelige manier.

Voorbeelden: leerlingen laten apps zien waar ze veel gebruik van maken, er is een mediacoach die ouders tips geeft als hun kind wordt gepest of pest op het internet; ouders doen een kennisquiz over sociale media.

Uiteindelijk is het doel om de mediawijsheid onder alle ouders te vergroten om hun kinderen te begeleiden in de mediaopvoeding.



Afbeelding 8. Bron: www.business2community.com

Bijlagen

Definities en competenties

Mediawijsheid

De Raad voor Cultuur introduceerde in 1996 het begrip 'media-educatie'. Media-educatie was er op gericht onderwijs en af- of bescherming te bieden aan kinderen en jongeren tegen de negatieve invloeden die media op hen hebben. De jaren na de introductie van deze term zakte de belangstelling hiervoor grotendeels weg totdat de Raad voor Cultuur in juli 2005 het rapport 'Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap' presenteert. In dit rapport geeft de Raad aan dat het niet meer gaat om media-educatie maar om mediawijsheid.

Het gaat dus niet meer om het af- of beschermen van kinderen en jongeren voor negatieve invloeden van de media maar om hen, maar zeker ook volwassenen, te leren hoe met media om te gaan. De Raad definieert mediawijsheid in bovengenoemde nota als volgt:

'Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld'.



Afbeelding 9. www.kidsprivacy.net

Mediawijsheidcompetenties¹⁹

1. Mediabewustzijn
2. Mediabegrip
3. Media-attitude
4. Mediagedrag

1. Mediabewustzijn

Het is belangrijk om inzicht te hebben welke media voorhanden zijn. Daarbij is enig inzicht in de ontwikkeling van de verschillende mediavormen door de tijd heen ook belangrijk. De mediageschiedenis is een effectieve manier om iemand bewuster te maken van media en de rol die media spelen in het leven van mensen. De mate waarin we afhankelijk zijn van de media is ook belangrijk.

2. Mediabegrip

Om je mediawijs te kunnen noemen, moet je inzicht hebben hoe mediaboodschappen tot stand komen en welke factoren daarbij een rol spelen. Deze invloedsfactoren worden verdeeld in professionele factoren (belang van producenten en technische factoren), culturele en sociale factoren, economische en politieke factoren. Daarnaast is het belangrijk om kennis te hebben over de doelstellingen van de mediapartijen en het bedrijfsleven en begrip van hoe deze doelstellingen de media-inhouden kunnen beïnvloeden. Herkenning van en begrip van het gebruik van verleidelijke technieken, zoals in nieuwe vormen van commercie, zijn ook belangrijk.

3 Media-attitude

Bij mediawijsheid is het van belang om kinderen en jongeren bewust en kritisch te leren kijken naar het proces van beeldvorming. Nadenken over in hoeverre de media een beeld van de werkelijkheid schetsen. Hierbij hoort ook het verkrijgen van inzicht in de doelstellingen van de verschillende mediapartijen en het bedrijfsleven en de manier waarop ze jouw mening sturen. Het medium zelf is ook een boodschap. Het gaat hier om het herkennen, begrijpen en kritisch benaderen van traditionele en nieuwe vormen van commercie.

¹⁹ www.mediaenmaatschappij.nl

4. Mediagedrag

Mediagedrag is hoe je herkennen, begrijpen en kritisch benaderen van commercie vervolgens in de praktijk brengt. Hoe je daadwerkelijk informatie zoekt, vindt, filtert en de gevonden informatie op juistheid kunt beoordelen en de mediabron op waarde weet te schatten. Daarnaast dat je niet alleen media-inhoud consumeert maar ook zelf gaat produceren en weet wat de invloed daarvan op je omgeving is.

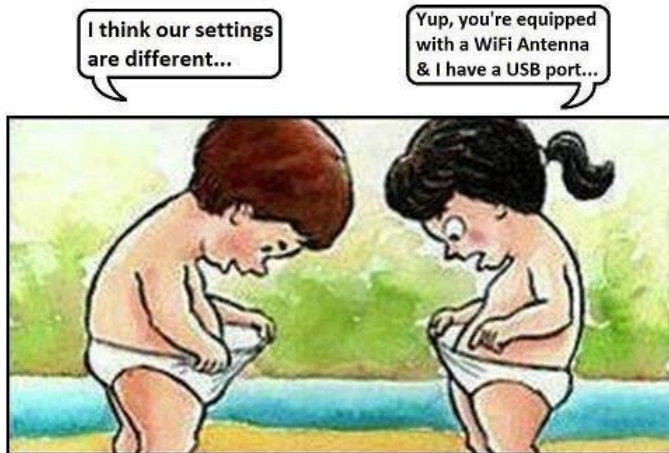
Mediacoach

De Nationale Academie voor Media en Maatschappij verstaat onder een mediacoach 'iemand die de Nationale Opleiding MediaCoach heeft gevolgd, binnen zijn of haar eigen organisatie begeleiding en inspiratie bij mediaonderwijs biedt en zorg draagt voor continuïteit en ontwikkeling met partners buiten de eigen organisatie zodat mediawijsheid voor de doelgroepen een breder kader krijgt ²⁰.

²⁰ Syllabus *Nationale Opleiding MediaCoach*, voorjaar 2015

Wifi-generatie

Na een periode van snelle verspreiding van ict-gebruik treedt nu de eerste generatie aan die met ict-techniek is opgegroeid. Deze wifi-generatie²¹ is vliegensvlug wat betreft haar technische vaardigheden. Daarin streven zij volwassenen voorbij. Er is sprake van een digitale kloof. Dat maakt het opvoeden niet gemakkelijk. Kinderen blijven kinderen. Technisch vaardig, maar wel vogelvrij.



Afbeelding 10. Bron: <http://raymondpoort.com/2012/09/07/wifi-antenna-or-usb-port/>

De WIFI-generatie heeft tien kenmerken.

1. 100% privacy
2. Autonom
3. Altijd en overal online
4. Continu traceerbaar
5. Technisch razendsnel
6. Downloadt niets
7. Wil gratis content
8. Wisselt uit
10. Reflecteert niet

²¹ De WIFI-generatie, *de jeugd op het mobiele internet : vliegensvlug en vogelvrij* - Liesbeth Hop & Bamber Delver