



● De effecten van  
● nieuwe media  
● op jongeren van  
12 – 14 jaar

Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO

SLO • nationaal expertisecentrum voor leerplanontwikkeling

Studies in leerplanontwikkeling

slo



# De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 – 14 jaar

Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO

Sammy Frankenhuis  
Sanne van der Hagen  
Anneke Smelik

Studies in leerplanontwikkeling

slo

# Colofon

© 2007 Stichting leerplanontwikkeling (SLO), Enschede

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

**Auteur:** Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik

**Eindredactie:** Dirkje Ebbers

**Tekstredactie:** Bureau Tekst en taal, Marion Paulides

**Vormgeving:** BuroDaan grafische vormgeving, Markelo

**Basisontwerp en productie:** Axis media-ontwerpers, Enschede

**Foto omslag:** Jean-Pierre Jans | Hollandse Hoogte

**ISBN** 978-90-329-2289-4

# Inhoudsopgave

Voorwoord	6
Inleiding	10
De jongeren van tegenwoordig	11
De wetenschap	12
Deze publicatie	13
1 <b>Mediageletterdheid</b>	14
Waarom is mediageletterdheid nodig?	15
Doelen van mediageletterdheid	17
Nieuwe media in het onderwijs	18
Hulpbronnen voor docenten	20
Samenvatting	21
Leestips	21
Websites	22
2 <b>Identiteit</b>	23
Identiteit in de adolescentie	24
Traditionele identiteit	24
Postmoderne identiteit	25
Identiteitsvorming in de adolescentie	26
Identiteit en nieuwe media	31
Samenvatting	32
Leestips	33
3 <b>Internet</b>	34
Digitale kloof	35
Identiteitsvorming op internet	36
Internet en educatie	37
Weblogs	37
Chat/MSN	42
Profielsites	46
Samenvatting	49
Leestips	50
Websites	51

4	<b>Mobiele telefoon</b>	52
	Mobiel bellen	54
	SMS (Short Message Service)	58
	SMS en identiteit	59
	Samenvatting	62
	Leestips	62
	Websites	63
5	<b>Computergames</b>	64
	Games en educatie	66
	Samenvatting	72
	Leestips	72
	Websites	73
6	<b>Televisie</b>	74
	Televisie en educatie	75
	Televisie en identiteit	76
	Samenvatting	81
	Leestips	81
	Websites	81
7	<b>Literatuurlijst</b>	82
	Hoofdstuk 1 Mediageletterdheid	83
	Hoofdstuk 2 Identiteit	84
	Hoofdstuk 3 Internet	85
	Hoofdstuk 4 Mobiele telefoon	88
	Hoofdstuk 5 Computergames	90
	Hoofdstuk 6 Televisie	91

8	Handige websites voor docenten	92
	Net-etiquette	93
	Campagnes over nieuwe media	93
	Profielsites/ Chatsites/ Communities	93
	Informatie over jongeren en media	94
	Leefwereld van jongeren	94
	Onderzoek over nieuwe media	96
	Lesmateriaal en workshops over nieuwe media	97
	Media-educatie	99
	Overige	100

# Voorwoord

Met de regelmaat van de klok verschijnt in dagbladen of tijdschriften een bericht, interview of ingezonden brief over de effecten van media op jongeren. Heel vaak is sprake van negatieve effecten en dus van zorgelijke reacties en beperkende maatregelen. Hoe zit het nu werkelijk? Wie nu onderwijs verzorgt, moet op die vraag eigenlijk het antwoord weten. Daarom is deze publicatie gemaakt.

In het kader van het Research & Development-programma van SLO is een tweejarig project uitgevoerd, waarin onderzoek is gedaan naar het belang en de mogelijkheden van de beeldcultuur in het onderwijs. Het project rond visuele geletterdheid of, anders gezegd, mediageletterdheid is erop gericht om leraren te helpen bij het begeleiden van jongeren en bij het introduceren van digitale media op school. Mediageletterdheid helpt jongeren om te komen tot een bewuste, kritische en actieve omgang met de hen omringende mediacultuur. In deze publicatie wordt de term mediageletterdheid gebruikt in plaats van visuele geletterdheid omdat ook nieuwe media worden besproken zoals internet en games waarbij het niet alleen meer om beelden gaat maar ook om respectievelijk tekst en geluid. Datzelfde geldt voor de mobiele telefoon die in deze studie ook uitgebreid wordt besproken. Visuele geletterdheid is in het project gedefinieerd als “het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarover leerlingen moeten beschikken om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in onze complexe en steeds veranderende beeldcultuur”. Dat geldt ook voor mediageletterdheid, alleen het laatste woord kan dan vervangen worden door mediacultuur. De resultaten van het eerste deel van het onderzoek zijn een informatief boekje over visuele geletterdheid getiteld ‘Geletterd kijken’ (2005) en een lespakket ‘Visuele geletterdheid’ (2006)<sup>1</sup>. In de voorliggende publicatie zijn de resultaten opgenomen van het tweede deel van het project. Hierin lag de nadruk op onderzoek naar de invloed van nieuwe media op jongeren en op het gebruik van de nieuwe media in de klas.

Twee studenten Algemene Cultuurwetenschappen, Sammy Frankenhuis en Sanne van der Hagen, hebben onder begeleiding van professor Anneke Smelik van de Radboud Universiteit Nijmegen, een uitgebreid literatuuronderzoek verricht. Zij hebben wetenschappelijk onderzoek verzameld over de invloed van nieuwe media op jongeren tussen de twaalf en veertien jaar. Ze hebben, uiteraard, alleen recent onderzoek in kaart gebracht. In de inleiding schetsen ze in vogelvlucht hun aanpak en de uitkomsten.

Naast deze publicatie en het ontwikkelde lesmateriaal is ook veel informatie voor docenten beschikbaar op de website: [www.slo.nl/vg](http://www.slo.nl/vg). Een deel van deze publicatie is daar ook als naslagwerk te vinden.

<sup>1</sup> Dubbelman, T., Smelik, A. & Wervers, E. (2005) *Geletterd Kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw. Enschede: SLO. Tevens is een lespakket met een handleiding Visuele geletterdheid beschikbaar bij SLO (2006).*

Het onderwerp visuele geletterdheid is zo'n onderwerp waarbij enerzijds behoefte is aan praktisch materiaal dat direct in de scholen gebruikt kan worden maar waarbij anderzijds nog veel informatie ontbreekt om iets te doen dat echt hout snijdt. Het was daarom voor SLO heel vruchtbaar samen te kunnen werken met de Radboud Universiteit. Nadat in het eerste jaar de fundamenten van een aanpak voor (lessen) visuele geletterdheid zijn gelegd, is nu ook een schat aan informatie over het effect van media op jongeren geselecteerd, samengevat en besproken. We zijn ervan overtuigd dat ook dit kan helpen om in het onderwijs op een inspirerende en verantwoorde manier nieuwe media te gebruiken.

*Dirkje Ebbers en Eeke Wervers*  
(projectleiders)



# Inleiding

## De jongeren van tegenwoordig

We leven in een mediacultuur. Voortdurend zijn we omringd door een enorme variatie aan media. Vooral jongeren maken volop gebruik van oude en nieuwe media. Zij staan er (soms letterlijk) mee op en gaan ermee naar bed. Media zijn voor jongeren een bron van informatie, communicatie en amusement. Per dag besteden zij zes uur aan allerlei soorten media. Vaak hebben zij televisie, computer en mobiele telefoon tegelijkertijd aan staan. Jongeren zijn met media vergroeid. Chatten, internetten en zappen zijn voor hen tweede natuur geworden.

Ouders en leraren maken zich soms zorgen over deze ontwikkelingen. Zij zijn bang de controle te verliezen over wat jongeren met die media doen. De ontwikkelingen gaan dan ook razendsnel. Tussen volwassenen en jongeren bevindt zich een digitale kloof, omdat jongeren zo veel handiger en sneller zijn met de media dan volwassenen. Maar het is de vraag of ouders en leraren zich terecht zorgen maken. Die zorgen kunnen deels voortkomen uit angst voor het nieuwe. En angst is meestal een slechte raadgever. Een remedie kan zijn dat volwassenen de nieuwe media zelf ook goed leren kennen zodat ze hierover met jongeren in contact kunnen blijven.

Historisch besef kan ook helpen om de angst voor het nieuwe te bedwingen. Bij elk nieuw medium klagen volwassenen over verlies van het goede gedrag en over de negatieve invloed ervan op het gedrag van jongeren. Dat was al zo in de klassieke oudheid bij Plato die zich zorgen maakte dat jongeren de orale cultuur zouden vergeten toen steeds meer leden van de elite leerden lezen en schrijven. Het schrift zou de kunst van het herinneren tenietdoen en de training van het geheugen overbodig maken. Bij de opkomst van de roman werd gesproken over de slechte invloed op de lezer. Men vreesde vooral dat vrouwen zich zouden overgeven aan romantische fantasieën en de werkelijkheid uit het oog zouden verliezen. Vrouwen mochten daarom vaak geen romans lezen van hun vader of echtgenoot. Nu behoort de roman tot de hogere cultuur en kunnen we ons zo'n angstige houding niet meer voorstellen. Met de komst van de moderne massamedia, zoals fotografie en film, was het hek van de dam. Deze media brachten het beeld naar de grote massa. Toen bestond vooral de angst voor seks en geweld, waarmee de massa niet om zou kunnen gaan. Dezelfde maatschappelijke onrust ontstond met de popularisering van de televisie. En nu zien we weer precies dezelfde discussies rond internet, mobiele telefonie en computergames. Er is dus niets nieuws onder de zon; de discussie verschuift steeds naar andere, nieuwere, media.

## De wetenschap

Wat zegt de wetenschap nu over de invloed van de media? Het zal u vast teleurstellen, maar de wetenschap geeft geen eenduidig antwoord op deze vraag. Er zijn net zo veel onderzoeken die vaststellen dat er wel een negatieve invloed uitgaat van de media, als onderzoeken die zeggen dat die negatieve invloed er niet is. Er bestaat in ieder geval geen wetenschappelijk onderzoek waarin een direct causaal verband wordt gelegd tussen televisiekijken en het gedrag van de kijker. Hetzelfde geldt voor surfen op internet of het spelen van computer-games. Dat is ook begrijpelijk, want gedrag wordt beïnvloed door een groot aantal complexe factoren waarvan de omgang met de media slechts een klein aandeel vormt.

Dit betekent natuurlijk niet dat de media geen invloed zouden hebben. Die invloed is alleen nooit direct aanwijsbaar maar veel subtieler aanwezig. Het is bekend dat jongeren de media gebruiken om hun identiteit op te bouwen. Ze spiegelen zich aan rolmodellen en aan beelden die zij op televisie of internet zien. Dat kan een positief effect hebben, omdat jongeren kunnen experimenteren met hun identiteit. Het kan ook een negatief effect hebben, als jongeren onzeker worden omdat ze bijvoorbeeld alleen maar mooie, slanke, sportieve mensen op tv zien. Voor volwassenen gaat het erom de invloed van media waar mogelijk op een positieve manier aan te wenden en jongeren te begeleiden in de negatieve aspecten ervan. Het is ook goed om te bedenken dat de media weerspiegelen wat in de samenleving aanwezig is. De media laten niet uitsluitend de slechte dingen van de wereld zien. Het is niet alleen maar seks en geweld, moord en doodslag. Op televisie en op internet zijn net zo goed mooie, ontroerende, kritische, kunstzinnige en diepzinnige zaken aan te treffen. Gebeuren er dan geen vervelende dingen? Jawel, maar het is de vraag of dat een nieuw gegeven is. Wordt een kind gepest met SMS-berichten? Ja, maar vroeger werd het gewoon op het schoolplein gepest. Kijkt een kind naar porno op internet? Ja, maar vroeger keek het stiekem naar pornoblaadjes. Is een kind verslaafd aan gamen? Ja, maar vroeger kon het zich niet losscheuren uit een roman en las het de hele nacht door bij een zaklantaarn onder de dekens. Met de nieuwe media komen niet opeens heel nieuwe verschijnselen de wereld binnen. Wel neemt de hoeveelheid informatie gigantisch toe. Ook is al die informatie veel toegankelijker geworden. Daarin moeten ouders en leraren jongeren begeleiden. Hoe kunnen jongeren zinnig zoeken binnen die stroom aan informatie? Hoe leren ze zin en onzinnigheden? Hoe kunnen ze kritisch omgaan met de seks en het geweld die ze ongetwijfeld tegen zullen komen?

## Deze publicatie

Dit boek is een verslag van een literatuuronderzoek. Er is wetenschappelijk onderzoek verzameld over de invloed van nieuwe media op jongeren tussen de twaalf en veertien jaar. Elk onderzoek is kort samengevat. Op basis van die samenvattingen is een overzicht geschreven voor elk nieuw medium: internet, mobiele telefonie, computergames, en het 'oude nieuwe' medium televisie. Daarbij zijn systematisch de resultaten verwerkt over de effecten van nieuwe media op verschillende gebieden. Ook is steeds gekeken naar mogelijke toepassingen van het nieuwe medium in het klaslokaal. De uitgebreide literatuur is verwerkt in de noten en in een handzame literatuurlijst achterin. Uiteraard zijn ook bruikbare websites opgenomen. Het boek begint met een inleiding op het begrip mediageletterdheid, waarin voorbeelden staan van nieuwe media die in de andere hoofdstukken nader aan bod komen. In het onderzoek stond het begrip identiteit centraal. Als je het hebt over invloed op jongeren, dan kun je niet om dat begrip heen. Daarom vervolgt dit boek met een korte uiteenzetting over identiteit. Identiteit wordt door hedendaagse wetenschappers anders geïdentificeerd dan vroeger. Identiteit wordt niet meer gezien als een vaststaand gegeven, maar als een proces dat voortdurend aan verandering onderhevig is. De identiteit van jongeren van nu is flexibel, dynamisch en pluriform. Die identiteit is ook in hoge mate sociaal: jongeren staan constant in communicatie met anderen. Hun identiteit vormt een knooppunt in een netwerk; je zou zelfs kunnen zeggen dat de hedendaagse identiteit als het ware genetwerkt is. Bij onderzoek op het gebied van nieuwe media, waar de veranderingen zo snel gaan, kunnen er geen definitieve antwoorden komen. Deze publicatie brengt in kaart wat de eerste wetenschappelijke onderzoeken nu eigenlijk zeggen over de effecten van nieuwe media op jongeren. Over het algemeen zijn wetenschappers positief. Nieuwe media helpen jongeren bij het opdoen van sociale en cognitieve vaardigheden. Ze leren op een nieuwe manier informatie en kennis tot zich nemen. Een manier die nog het meest lijkt op het associatieve karakter van hypertext. Het is minder lineair, maar wel snel en creatief. Jongeren van nu zijn communicatief, sociaal, en voelen zich vrij. De problemen die er zijn, doen zich niet uitsluitend voor bij nieuwe media maar bestaan al langer als maatschappelijke problemen, zoals pesten, verslaving, seks, of een identiteitscrisis. Nieuwe media zijn een gegeven in de westerse cultuur. Ouders en leraren moeten jongeren begeleiden in het gebruik ervan. Hopelijk geeft deze publicatie de nodige informatie en tips om dat mogelijk te maken. En bent u zelf niet zo handig met een weblog, msn'en, of gamen? Geen paniek, want u hoeft zelf echt niet te kunnen fietsen om een kind de verkeersregels uit te leggen. Het gaat om de dialoog en de discussie. Deze publicatie geeft u de nodige achtergrondinformatie om beslagen ten ijs te komen.

*Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik*

# 1. Mediageletterdheid

Kinderen en jongeren besteden per dag, buiten schooltijd, zes uur aan media. Omdat zij vaak meerdere media naast elkaar gebruiken (de tv staat aan terwijl zij een computerspel spelen) komen die zes uur eigenlijk neer op negen uur.

*Peter Nikken, 2005*

## Waarom is mediageletterdheid nodig?

Dagelijks komt er een constante stroom aan beelden op ons af, waar we actief en passief gebruik van maken. Beelden zijn complex, omdat ze multimediaal zijn in de combinatie van tekst, beeld en geluid. Ook zijn er vele verschillende media, van film en televisie tot internet en mobiele telefonie. Daarnaast zijn er nog vele verschillende genres, van nieuws tot videoclip, van reclame tot games. Media worden gebruikt voor informatie, amusement en communicatie maar zijn ook belangrijk voor betekenisgeving en identiteitsvorming. Een uitgebreide inleiding op de beeldcultuur kunt u vinden in het boekje dat SLO vorig jaar publiceerde.<sup>2</sup>

Hier gaat het om het belang van mediageletterdheid: door de overrompelende aanwezigheid en de complexiteit van de beeldcultuur is het belangrijk om te leren kijken en beelden te leren begrijpen en gebruiken (De term mediageletterdheid wordt hier gebruikt als synoniem voor visuele geletterdheid; het is een vertaling van het Engelse *media literacy*.) Vooral jongeren bedienen zich van vrijwel alle oude en nieuwe media, waarbij zij vaak ook nog eens verschillende media door elkaar gebruiken (*multitasken*). Om deze reden zijn zij misschien wel dé groep waarvoor mediageletterdheid van belang is.

Patti Valkenburg, hoogleraar kind en media, toont in het rapport 'Schadelijke media en weerbare jeugd: een beleidsvisie 2005-2010' aan waarom de samenleving steeds complexer wordt.<sup>3</sup> Valkenburg geeft knelpunten aan in het medialandschap van kinderen en jongeren die de kans op confrontatie met mogelijk schadelijk media-aanbod verhogen. Valkenburg noemt zes knelpunten:

### 1. Commercialisering van het media-aanbod

Jongeren gebruiken vooral commerciële media, waarin de aandacht gevestigd is op Amerikaans amusement. Geweld, seks en actie zijn de kernelementen van dit type entertainment.

<sup>2</sup> Dubbelman, T., Smelik, A. & Wervers, E. (2005) *Geletterd Kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO.

<sup>3</sup> Valkenburg, P. (2005) *Schadelijke media en weerbare jeugd: een beleidsvisie 2005-2010*. Amsterdam: Amsterdam School of Communications Research.

## 2. Media gebruiken voor sociale interactie

De nieuwe media leveren niet alleen informatie, amusement of educatie, zij bieden ook een interactieve rol, waarbij de jongeren kunnen voorzien in hun behoefte aan communicatie. Een goed voorbeeld is praten (chatten) via internetprogramma's zoals MSN Messenger. Dit biedt jongeren een kanaal voor communicatie maar het kan problemen opleveren als zij niet veilig omgaan met gegevens en informatie over henzelf.

## 3. Media gebruiken om de persoonlijke identiteit te definiëren

Jongeren gebruiken internet onder andere om zichzelf te presenteren. De reacties op deze presentatie kunnen positief maar ook negatief zijn, wat gevolgen kan hebben voor het zelfbeeld van jongeren.

## 4. De vergrote privacy van kinderen

Hierdoor vindt hun mediagebruik meer buiten het gezichtsveld van ouders plaats. Jongeren beschikken over hun eigen media, waardoor de controle door ouders verloren gaat. Zo kunnen zij sneller in aanraking komen met schadelijke informatie of met mensen met verkeerde bedoelingen.

## 5. De vermenging van fictie en realiteit in digitale media<sup>4</sup>

Jongeren moeten beelden in een context kunnen plaatsen om te bepalen of het om fictie of realiteit gaat.



## 6. Multitasken

Doordat jongeren allerlei media naast elkaar gebruiken, stijgt de kans op een verkeerde interpretatie of een onjuist gebruik. Jongeren zien alleen kleinere onderdelen van het geheel, waardoor ze niet altijd wat ze zien in de juiste context kunnen plaatsen.

*Multitasken: alles op hetzelfde moment.<sup>5</sup>*

Uit de knelpunten die Valkenburg signaleert, blijkt het belang van mediageletterdheid. Jongeren moeten begeleid worden in het begrijpen van beelden maar ze moeten ook leren consumeren, ervaren en produceren. Dan kunnen zij zich redden in de samenleving en die mede vormgeven. Jongeren moeten mediawijs worden. Met deze gedachte heeft de Raad voor Cultuur in 2005 de cultuurnota 'Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap' uitgebracht. Het begrip mediawijsheid staat hierin centraal: "Het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen

4 Zie voor een algemene beschouwing over de verwarring tussen feit en fictie: A. Smelik, 'Op het eerste gezicht. De glijdende grens tussen echt en onecht'. In: Jong Holland. Beeldende kunst en visuele cultuur. Jrg. 22, nr. 2, 2006: 24-29.

5 Bron afbeelding: [http://schools.tdsb.on.ca/albertcampbell/logos/school\\_newspaper\\_nov30/images/yao-%20cartoon-multitasking.JPG](http://schools.tdsb.on.ca/albertcampbell/logos/school_newspaper_nov30/images/yao-%20cartoon-multitasking.JPG)

bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld”.<sup>6</sup> Mediageletterdheid gaat voor de overheid dus ook over de vorming tot goed burgerschap.

## Doelen van mediageletterdheid

Over mediageletterdheid bestaan verschillende opvattingen. Wanneer deze opvattingen naast elkaar gelegd worden, blijkt dat er een gemeenschappelijk doel is: het kritisch en bewust maken van de leerlingen. Leerlingen moeten weloverwogen om kunnen gaan met de media, vooral nu er zo ontzettend veel verschillende toepassingen bestaan. Wanneer dit bewustzijn er is, groeien plezier, begrip en waardering bij het omgaan met de media. Ook wordt er vaak voor gepleit om jongeren te leren om de media zelf toe te passen. Dit is veel gemakkelijker en goedkoper geworden door de digitale technologie. Vroeger was het technisch moeilijk en duur om een filmpje te maken en bijna onmogelijk om het te distribueren; tegenwoordig is dat met digitale camera en een montageprogramma op de computer een fluitje van een cent. Bovendien kunnen de jongeren hun filmpje op internet plaatsen op sites als [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Als leerlingen zelf media produceren, moeten zij leren welke keuzes zij hebben en hoe en waarom zij bepaalde keuzes maken.<sup>7</sup>

### Mediageletterdheid in het onderwijs

De rol van zowel ouders als leraren is essentieel bij het mediawijs maken van jongeren. Er lopen in Nederland verschillende projecten die zich richten op mediageletterdheid. Deze projecten zijn vooral gericht op het toepassen van nieuwe media door jongeren, zodat zij zich bewust worden van de betekenis en het gebruik van beelden. Daarnaast is het van belang om aandacht te geven aan de invloed van de media en de manier waarop deze inwerken op gevoel en identiteit. In het lespakket ‘Visuele geletterdheid’ van SLO wordt daaraan aandacht besteed.

Om leerlingen zelfstandiger te laten leren en om hen bewust te maken van de werking en het gebruik van de media, is leerlinggericht onderwijs of soms het nieuwe leren geïntroduceerd. Hierbij wordt de klassieke driehoek leraar, leerling, leerstof vervangen door de nieuwe didactische driehoek leerling, leerbronnen, leerorganisatie. De leerling vormt de kern van deze driehoek. In het nieuwe leren zijn er geen klassen meer, maar wisselende stamgroepen van vijftig leerlingen. Leraren worden trainers en tutors met een begeleidende functie. Op deze manier wordt niet gewerkt met verschillende visies van verschillende

6 Raad voor Cultuur. (2005) *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap*. [www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf](http://www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf)

7 Deze visie wordt o.a. aangehangen door Masterman (1985), Bazalgette (1992), voormalig Staatssecretaris Van der Ploeg (2002), Stuurgroep Media-educatie (2003), en Silverblatt (2002).

leraren maar in principe met één visie. Het leerproces en de persoonlijke ontwikkeling van leerlingen staan centraal. Niet alleen in het nieuwe leren maar ook bij de nieuwe onderbouw in het voortgezet onderwijs. Nieuwe media spelen als hulpmiddel en als lesstof een belangrijke rol in dit proces.<sup>8</sup>

Er lopen verschillende projecten voor mediageletterdheid op scholen voor voortgezet onderwijs. Bij een groot deel van de projecten is het doel om leerlingen via media-analyse, reflectie op het eigen mediagebruik en mediaproductie op te leiden tot kritische en bewuste mediagebruikers. Meestal gebeurt dat op dezelfde manier. Van Acht spreekt over een theoretische en een praktische benadering.<sup>9</sup>

Bij de theoretische benadering krijgen de leerlingen informatie over het medium, waarna enkele opdrachten over specifieke aspecten of opdrachten over meer algemene aspecten van het betreffende medium gemaakt moeten worden. Vaak is het de bedoeling dat de uitkomsten van deze opdrachten vervolgens (klassikaal) besproken worden. Bij deze vorm van onderwijs ligt de nadruk meer op media-analyse en reflectie dan op het eigen mediagebruik van de leerlingen.

Bij de praktische benadering krijgen de leerlingen de kans om zelf media te produceren. Veelal krijgen de begeleidende leraren eerst zelf uitleg over mediaproductie of worden de leerlingen begeleid door ervaren mediaproductanten. De doelstelling is dat leerlingen, door zelf met beeld en geluid te experimenteren, een beter inzicht krijgen in de mogelijkheden om een boodschap over te brengen via de media. Enkele voorbeelden van deze praktische toepassingen zijn Beeld(vorming) & Werkelijkheid, Big Smile TV, Cd-rom Kijken is Kunst, Cine\*mania: What makes a movie?, Documaker 4, de mysterieuze verdwijning van DJ-Gone en Fast food, fast images. Deze projecten zijn allemaal online aanwezig en gemakkelijk op internet te vinden.<sup>10</sup>

## Nieuwe media in het onderwijs

Het gebruik van nieuwe media in het onderwijs wordt steeds belangrijker. Hieronder staat een overzicht van de vormen en toepassingsmogelijkheden van nieuwe media die in deze publicatie verder uitgewerkt worden.

8 Acht, A. van (2003) *Media-educatie en het 'Nieuwe Leren': een onderzoek naar de inhoud van media-educatie en de inpassing van media-educatie in het 'Nieuwe Leren'*. Doctoraalscriptie Taal- en Cultuurstudies Universiteit Utrecht.

9 Acht, A. van (2003) *Media-educatie en het 'Nieuwe Leren': een onderzoek naar de inhoud van media-educatie en de inpassing van media-educatie in het 'Nieuwe Leren'*. Utrecht: doctoraalscriptie Taal- en Cultuurstudies, Universiteit Utrecht.

10 Voor een overzicht van de lopende projecten zie de afstudeerscriptie van A. van Acht; deze is online verkrijgbaar op de website van Mira Media: [www.miramedia.nl/scriptiebank/detail.asp?nodeid=350&id=3571](http://www.miramedia.nl/scriptiebank/detail.asp?nodeid=350&id=3571)

## Internet

Jongeren maken massaal gebruik van het internet. De mogelijkheden van internet zijn grenzeloos. Educatie en amusement staan dicht bij elkaar. Wanneer verschillende internet-toepassingen onderdeel zijn van het onderwijs, is het voor jongeren makkelijker en uitdagender hun schoolwerk te doen. Bovendien staat dit medium erg dicht bij hen. In het hoofdstuk over internet wordt ingegaan op de verschillende internettoepassingen binnen het onderwijs, zoals e-mail, chatten, websites en weblogs.<sup>11</sup>

## Mobiele telefoons

Uit cijfers van het onderzoeksbureau Qrius blijkt dat in 2005 77% van de jongeren in het bezit was van een mobiele telefoon.<sup>12</sup> Hoewel de mobiele telefoon in het onderwijs nog vaak als een taboe gezien wordt, kan de mobiele telefoon bijdragen aan een prettiger leerklimaat.<sup>13</sup> Leerlingen kunnen bijvoorbeeld buiten de lessen informatie zoeken op internet met de mobiele telefoon of zij kunnen hun lesrooster op hun mobieltje bekijken. Op de pabo wordt al geëxperimenteerd met de smartphone, waarmee studenten aantekeningen maken of fotograferen voor een opdracht.<sup>14</sup>

## Games

Vooral de computergame is in educatief opzicht interessant. Wanneer de game gecombineerd wordt met informatie wordt er gesproken van *edutainment*, een samentrekking van *education* en *entertainment*.<sup>15</sup> Het computerspel kan op verschillende manieren bijdragen aan de ontwikkeling van jongeren. Zo heeft J. P. Gee bijvoorbeeld onderzoek gedaan naar de cognitieve en educatieve voordelen van computergames.<sup>16</sup> Bij de meeste spellen verandert het gedrag van de spelers op een positieve manier: jongeren leren problemen doeltreffender aan te pakken en kunnen sneller en logischer handelen.<sup>17</sup> Doordat spellen vaak uitdagend zijn, lang duren, en bol staan van spanning en mysterie, willen jongeren ze graag en vaak spelen.

11 Huffaker, D. (2004) 'The educated blogger: Using weblogs to promote literacy in the classroom' in: *First Monday*, 9: no. 6. [www.firstmonday.dk/issues/issue9\\_6/huffaker/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue9_6/huffaker/index.html).

12 Onderzoek uitgevoerd door Qrius Amsterdam: [www.hetjongerenonderzoek.nl/pdf/2%20Digitale%20Media.pdf](http://www.hetjongerenonderzoek.nl/pdf/2%20Digitale%20Media.pdf)

13 Katz, J. E. (2005) 'Mobile phones in educational settings' in: K. Nyiri (Ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag: 305-317.

14 Zie [www.grassroots.nl](http://www.grassroots.nl), een project ter stimulering van ICT in het onderwijs.

15 Egenfeldt-Nielsen, S. (2005) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. IT-University of Copenhagen.

16 Gee, J. P. (2004) *Learning about learning from a video game: Rise of Nations*. University of Wisconsin-Madison.

17 Gee, J. P. (2004) *What video games have to teach us about learning and literacy*. Palgrave: England.

## Hulpbronnen voor docenten

Mediageletterdheid is cruciaal geworden voor jongeren. Daarom is het van groot belang dat docenten weten waar ze terecht kunnen voor vragen en informatie over de toepassingsmogelijkheden van nieuwe media binnen het onderwijs.

### Lespakketten en methodes

Er zijn diverse boeken, lespakketten en lesmethodes voor mediageletterdheid, vaak onder de noemer van media-educatie. Mediageletterdheid kan aan de orde komen bij verschillende vakken (Nederlands, geschiedenis, de kunstvakken). Sommige lesmaterialen hebben tot doel leerlingen bewust en kritisch met de verschillende media om te laten gaan, andere leggen de nadruk op het verwerven van inzicht in de culturele en maatschappelijke waarde van mediaproducten. Hieronder staat een aantal initiatieven en ondersteunende instellingen genoemd.

Het Platform Media-educatie is een ondersteunende organisatie voor o.a. het voortgezet onderwijs.<sup>18</sup> Het houdt zich bezig met het informeren over nieuwe media en het gebruik ervan. Leraren kunnen er met problemen terecht, vragen stellen of onderling informatie uitwisselen. Daarnaast staan op de internetsite van Platform Media-educatie, [www.mediaeducatie.nl](http://www.mediaeducatie.nl), veel links met verwijzingen naar lopende projecten en informatiepunten.

Een andere instelling is het Nederlands Instituut voor Filmeducatie. Het instituut biedt informatie op het gebied van filmeducatie en, algemener, media-educatie. Welk lesmateriaal is voorhanden, wat speelt er op het gebied van filmeducatie en waar kunnen leraren met hun vragen terecht?<sup>19</sup>

Voor cultuureducatie in het algemeen biedt Cultuurnetwerk antwoord op vragen omtrent cultuur, erfgoed en kunst in relatie tot onderwijs en educatie.<sup>20</sup>

Een uitgebreide omschrijving van het nascholingsaanbod op het gebied van mediageletterdheid is te vinden op [www.slo.nl/vg](http://www.slo.nl/vg).

<sup>18</sup> [www.mediaeducatie.nl/](http://www.mediaeducatie.nl/)

<sup>19</sup> *Kijk op [www.filmeducatie.nl](http://www.filmeducatie.nl) voor meer informatie.*

<sup>20</sup> *Kijk op [www.cultuurnetwerk.nl](http://www.cultuurnetwerk.nl) voor meer informatie.*

## Samenvatting

In een samenleving waarin iedereen overspoeld wordt met beelden via oude en nieuwe media, is het van belang dat de gebruikers een kritische houding aanleren. Vooral voor jongeren is het leuk en fascinerend om te leren kijken.<sup>21</sup> Vaak wordt mediageletterdheid ingezet als wapen tegen de bedreigende of bedriegende kracht van de huidige beeldcultuur. Het zou jammer zijn om vanuit zo'n defensieve houding naar media te kijken. Voor jongeren geldt dat een kritisch bewustzijn van de beeldcultuur inzicht geeft in de diversiteit, rijkdom en schoonheid die veel media kunnen bieden, naast de gevaren die er soms ook zijn. Veel jongeren beleven plezier aan de mediacultuur. Mediageletterdheid is erop gericht om dit plezier te verdiepen en tegelijkertijd jongeren bewust te maken van mogelijke problemen en risico's. Als mediageletterdheid een plaats krijgt in het onderwijs, kan het onderwijs jonge kijkers aanzetten tot een bewuste, kritische en actieve omgang met de hen omringende media.

## Leestips

Acht, Alexander van. (2003) *Media-educatie en het 'Nieuwe Leren': een onderzoek naar de inhoud van media-educatie en de inpassing van media-educatie in het 'Nieuwe Leren'*.

Doctoraalscriptie Taal- en Cultuurstudies, Universiteit Utrecht.

- Van Acht onderzoekt de invulling van media-educatie in Nederland aan het begin van de 21<sup>e</sup> eeuw. Dit gebeurt aan de hand van verschillende visies van auteurs en instellingen die zich met media-educatie bezighouden. Dertien lespakketten en projecten voor media-educatie worden nader bekeken. Ook worden de mogelijke effecten besproken van media op de gedragingen, houdingen en gedachtes van mensen. Het laatste hoofdstuk gaat in op de mogelijke toepassingen van media-educatie binnen het nieuwe leren.

Dubbelman, T.; Smelik, A. & Wervers, E. (2005) *Geletterd Kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO.

- Publicatie met de resultaten van het eerste jaar van het project Visuele geletterdheid bij SLO. Over visuele of mediageletterdheid: "Daaronder verstaan we het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarover leerlingen moeten beschikken om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in onze complexe en steeds veranderende beeldcultuur". Leerlingen besteden veel aandacht aan leren (technisch en begrijpend) lezen en schrij-

21 A. Smelik, *Zwemmen in het asfalt. Het behagen in de visuele cultuur*. Katholieke Universiteit Nijmegen, 2003: [www.annesmelik.nl](http://www.annesmelik.nl) (> Publications > Books).

ven, maar vaak nauwelijks aan begrijpend kijken. De auteurs houden een pleidooi voor een open en positieve houding tegenover de media, die jongeren immers veel kijkplezier bezorgen.

Raad voor Cultuur. (2005) *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap*.

Online: [www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf](http://www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf)

- Deze heldere adviesnota stelt een verbreding voor van media-educatie naar mediawijsheid, omdat de nieuwe media een actievere gebruiker veronderstellen dan de oudere media. Mediawijsheid is hier de nieuwe term voor media-educatie of mediageletterdheid. De Raad voor Cultuur ziet mediawijsheid als een belangrijk instrument in burgerschapsvorming. De nota geeft een groot aantal praktijkvoorbeelden en tevens aanbevelingen voor beleid.

## Websites

[www.mediaeducatie.nl](http://www.mediaeducatie.nl)

- Alles over media-educatie.  
[www.cultuurnetwerk.nl](http://www.cultuurnetwerk.nl)
- Alles over cultuur en links naar verschillende teksten en projecten over media(educatie).  
[www.schooltv.nl/beeldbank](http://www.schooltv.nl/beeldbank)
- Schooltv-programma's zijn ideale hulpmiddelen voor docenten en leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs. De Schooltv-beeldbank is een gratis en gemakkelijk toegankelijke online-database gevuld met educatieve videoclips voor leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs.  
[www.mediatheek.bibliotheek.nl/content/default.asp?ContextID=4040](http://www.mediatheek.bibliotheek.nl/content/default.asp?ContextID=4040)
- Expertisecentrum mediatheek, onderdeel Media-educatie. Deze virtuele mediatheek is een onderdeel van de Nederlandse openbare bibliotheken.

## 2. Identiteit

Om de invloed van media op jongeren te begrijpen, is het nodig om ook enig inzicht te hebben in de vorming van identiteit. Het is onvermijdelijk dat in een cultuur waar media zo overheersend zijn, die media ook een rol spelen in de identiteitsvorming van jongeren. Dit hoofdstuk geeft achtergrondinformatie over het begrip identiteit.

## Identiteit in de adolescentie

Identiteit is een begrip uit de sociale wetenschappen en verwijst naar de persoonlijkheid van een individu. Elk individu vormt in de loop van zijn of haar jeugd een 'ik'; in psychologische termen een 'ego' of 'zelf'. In de westerse cultuur wordt veel waarde gehecht aan een individuele persoonlijkheid. Het zelf is belangrijk en ouders en opvoeders helpen kinderen om een zelfbewustzijn te ontwikkelen. In de westerse opvatting wordt de identiteit van een individu gezien als coherent, onafhankelijk, zelfstandig en bedwongen door de rede. In hoeverre de persoonlijkheid nu aangeboren of aangeleerd is, blijft onderwerp van debat in de wetenschap (het zogeheten *nature/nurture*-debat). Hier is het uitgangspunt dat veel in aanleg al bij de geboorte aanwezig is maar dat opvoeding, scholing en cultuur een belangrijke rol spelen in de verwezenlijking van die aanleg. In dit hoofdstuk gaat het natuurlijk vooral om het aangeleerde deel: welke invloed hebben media op de identiteit die nog gevormd wordt? Sinds de psychoanalyse van Freud worden er twee cruciale periodes onderscheiden in de ontwikkeling van het zelf: de jonge kindertijd en de adolescentie. Dit onderzoek richt zich op jongeren van twaalf tot veertien jaar, dus op de vroege puberteit. Dit is voor jongeren een turbulente periode, waarin de seksualiteit volwassen wordt en waarin jongeren leren om zelfstandig te worden. Vaak worstelen jongeren met hun identiteit. Dan zoeken ze in hun omgeving, bij hun ouders en vrienden of op internet, naar bevestiging en rolmodellen. Op zulke momenten spelen de media een belangrijke rol in de vorming van identiteit.

## Traditionele identiteit

Tot in de tweede helft van de 20<sup>e</sup> eeuw werd identiteit opgevat als een vaststaand gegeven: je had van wieg tot graf dezelfde persoonlijkheid.<sup>22</sup> In de praktijk hadden mensen ook weinig keuzemogelijkheden. In het verzuilde Nederland bleef je meestal binnen de eigen kerkelijke kring. Het was ook moeilijk om aan je klasse te ontsnappen; zonen hadden vaak hetzelfde beroep als hun vader. Ook sekse was heel bepalend: voor vrouwen was het minder

22 Erikson, 1968 geciteerd in Wal, J. van der; Wilde, J. de & Mooij, I. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.

gemakkelijk om toegang te krijgen tot scholing en tot de arbeidsmarkt. Door de toenemende welvaart, maar ook door democratisering en secularisering, is de maatschappij veel opener geworden. Nu kunnen mensen vaak kiezen wat ze willen worden. Ze hebben betere toegang tot opleiding en scholing. Religie, klasse en sekse zijn veel minder bepalend voor de identiteit dan vroeger. Er is een grote keuzevrijheid ontstaan. Daarbij is in de westerse cultuur ook de algemene opvatting ontstaan dat een individu controle heeft over de eigen identiteit: je kunt immers worden wat je wilt, zonder al te veel belemmeringen of beperkingen. Jongeren ervaren de enorme keuzevrijheid vaak als een druk en belasting. Het kan boeiend zijn om jongeren van de voordelen van die vrijheid bewust te maken, door hen volwassenaan te laten interviewen over de keuzes die zij vroeger al dan niet hadden. Ze kunnen bijvoorbeeld hun (over)grootouders laten vertellen wat hun mogelijkheden waren in het leven. Hoewel het zwaar kan zijn om de juiste keuzes te maken uit het rijke aanbod, wil bijna niemand meer terug naar vroegere tijden waarin je leven van wieg tot graf door de maatschappelijke omstandigheden werd bepaald.

## Postmoderne identiteit

De traditionele opvatting van identiteit als een vaststaand gegeven is gaan verschuiven in de loop van de 20<sup>e</sup> eeuw. Hoewel er natuurlijk altijd een bepaald deel van de persoonlijkheid vastligt, wordt identiteit tegenwoordig veel dynamischer begrepen. Mensen kunnen veranderen, ze kunnen kiezen wie of wat ze willen worden. Identiteit is niet langer een statisch geheel, maar flexibel. De identiteit is niet vaststaand, maar voortdurend *under construction* (in opbouw).<sup>23</sup> Niet coherent, maar een patchwork.<sup>24</sup> Niet autonoom, maar relationeel oftewel dialogisch.<sup>25</sup> Niet stabiel, maar verhalend.<sup>26</sup> Niet eenduidig, maar meervoudig en pluriform.<sup>27</sup> En zo kunnen we nog wel even doorgaan; wetenschappers struikelen over de termen om die nieuwe, veranderlijke, identiteit te beschrijven.

Al deze termen hebben een postmoderne inslag. Het postmodernisme wordt gekenmerkt door een fundamentele onzekerheid en instabiliteit. Dit hoeven we overigens niet als negatief te ervaren, omdat we daardoor verlost zijn van een eenzijdig opgelegde waarheid. Bij al de definities van de hedendaagse identiteit ligt dan ook de nadruk op de mogelijkheden voor constructie, verandering en diversiteit. Dat geeft ons keuzevrijheid. Het geeft ons ook een zekere controle over onze identiteit.

23 Frissen, V. & Mul, J. de (2000) *Under construction. Persoonlijke en culturele identiteit in het multimediatijdperk*. Amsterdam: Infodrome.

24 Döring, N. (2002) 'Personal Home Pages on the Web: A Review of Research', in: *Journal of Computer Mediated Communication*, 7, no. 3. <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>

25 *Idem*.

26 *Idem*.

27 Markus, H. & Wurf, E. (1987) 'The Dynamic Self-Concept: A Social Psychological Perspective', in: *Annual Review of Psychology*, 38 (1), 299-337.

Wat betreft de relatie tussen de media en zo'n postmoderne identiteit voor jongeren, is te zien dat jongeren hun identiteit als het ware bij elkaar zappen.<sup>28</sup> Dat lijkt op de patchwork-identiteit. Wij vormen een zogenaamde genetwerkte maatschappij, waarin alles en iedereen via massamedia zoals televisie en internet met elkaar verbonden is. Jongeren hebben op internet alle middelen om beelden en teksten te bekijken, te maken en te communiceren. Zo kunnen ze experimenteren met hun identiteit; ze maken er hun eigen verhaal of beeld van. Bijvoorbeeld op een weblog of op een profielsite. Omdat anderen daarop kunnen reageren, kunnen de jongeren hun identiteit aanpassen en opnieuw vormgeven. Dat wordt bedoeld met een relationele identiteit; je zou ook kunnen zeggen dat jongeren een genetwerkte identiteit hebben. Hoewel we in het westen nog vaak uitgaan van een autonoom zelf, staat het buiten kijf dat we zijn opgenomen in sociale en emotionele relaties. Volgens Frissen en De Mul (her)kennen we onszelf alleen via de ander of iets anders.<sup>29</sup> De media spelen een rol in hoe de jongeren zichzelf zien en presenteren. Jongeren van nu leren ook heel anders.<sup>30</sup> Zij kunnen uitstekend multitasken en non-lineair denken. Bij een computerscherm integreren jongeren alles wat ze zien; hun ogen maken geen leesbeweging van links naar rechts zoals dat bij de volwassenen van nu nog wel het geval is.

## Identiteitsvorming in de adolescentie

Bij de vorming van de identiteit spelen bij adolescenten veel factoren een rol.<sup>31</sup> Er zijn lichamelijke en geestelijke veranderingen die het leven van de jongeren op zijn kop zetten. Daarnaast is de omgeving van de jongeren van niet te onderschatten belang. Door zich te spiegelen aan en te communiceren met hun omgeving geven jongeren beetje bij beetje vorm aan hun eigen identiteit.

Hieronder komen kort de verschillende omgevingsfactoren aan de orde die een rol spelen bij de vorming van de identiteit. Omdat de nieuwe media een bepalende factor zijn in het ontwikkelen van de identiteit, wordt daar steeds een voorbeeld van gegeven. De jongeren spiegelen zich aan beelden uit de media maar gebruiken deze media ook om te communiceren. In het eerste deel van het SLO-onderzoek hebben Dubbelman en Smelik al laten zien

28 Raessens, J. (1996) 'De zappende mens behoudt de controle' in: *Identiteit m/v: een constructie!* in: *HN*. Jg. 52: nr. 17: 2-3. [www.raessens.com/Publicaties/zappen.html](http://www.raessens.com/Publicaties/zappen.html)

29 Frissen, V. & Mul, J. de (2000) () *Under construction. Persoonlijke en culturele identiteit in het multimediatijdperk*. Amsterdam: Infodrome.

30 Zie het onderzoek van Van Veen en Jacobs: [www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)

31 Van der Wal e.a. gebruiken het begrip adolescent voor jongeren vanaf 12 jaar tot aan de volwassenheid. Jongeren tussen de 12 en 14 worden hieronder gerekend en ook wel jonge adolescenten genoemd, Wal, J. van der, Wilde, J. de & Mooij, I. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.

dat jongeren hun ideaalbeelden vaak uit de media halen.<sup>32</sup> Zij spiegelen zich aan die ideaalbeelden en willen daar graag aan voldoen. Vanuit die ideaalbeelden kijken ze naar zichzelf en naar elkaar. De blik van de ander is in het proces van identiteitsvorming heel bepalend. Het zelfbeeld van jongeren is voor een groot deel ontleend aan hoe ze denken dat anderen tegen hen aankijken.

## Sociale omgeving

De sociale omgeving kan de identiteitsontwikkeling bevorderen, door de adolescenten te prikkelen en de mogelijkheden te geven om zelfstandig activiteiten te ondernemen. Dan is het belangrijk dat de omgeving deze activiteiten serieus neemt en positief waardeert.<sup>33</sup> Profielsites zoals [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl), [www.superdudes.nl](http://www.superdudes.nl) en [www.partypeeps2000.com](http://www.partypeeps2000.com) zijn hiervoor de uitgelezen mogelijkheden; ze zijn dan ook uitermate populair onder jongeren. Uit onderzoek blijkt dat de meeste reacties op een profielsite positief zijn.<sup>34</sup>

## Maatschappelijke context

Zoals al duidelijk werd bij het bespreken van de traditionele identiteit, is de samenleving van grote invloed op de persoonlijkheidsontwikkeling. Hoewel de maatschappij veel opener is geworden en daardoor veel meer vrijheid geeft aan het individu, is de cultuur nog steeds een belangrijke factor in de vorming van identiteit. Over het algemeen speelt dat momenteel minder bij klasse en sekse, maar des te meer bij etnische afkomst. Een migrant kan het extra moeilijk vinden om zijn of haar identiteit vorm te geven. Een Marokkaanse jongen kan bijvoorbeeld meer vasthouden aan de traditionele identiteit die hij kent vanuit de cultuur van zijn ouders en zich minder thuis voelen bij de postmoderne identiteit. Of een Turks meisje ervaart dat zij tussen twee culturen in valt en een gespleten identiteit heeft. Zij heeft op school een andere identiteit dan thuis. Er zijn verschillende plaatsen op internet waar praatgroepen en chatsites zijn ingericht die over dit onderwerp gaan. Het geeft de jongeren uit etnische minderheden de mogelijkheid om zich, al dan niet anoniem, te uiten. Op die manier kunnen ze hun identiteit meer richting geven.<sup>35</sup>

32 Dubbelman, T., & A. Smelik (2005), 'Voorbeelden uit de leefwereld van jongeren' in: *Geletterd Kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO, blz. 50.

33 Wal, J. van der, Wilde, J. de & Mooij, I. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.

34 Valkenburg, P.M. (2005) *Schadelijke Media en Weerbare Jeugd. Een Beleidsvisie 2005-2010*. Amsterdam: ASCoR. <http://users.fmg.uva.nl/pvalkenburg/Rapport%20Jeugd,%20Geweld,%20Media,%20Juli%202005.pdf>

35 Voor meer informatie over dit onderwerp zie de website van een stichting die zich bezighoudt met media en etnische minderheden: [www.miramedia.nl](http://www.miramedia.nl)

## Het gezin

Kinderen zijn in meerdere opzichten afhankelijk van hun ouders. Vooral de emotionele functie van het gezin is belangrijk voor de persoonlijkheidsontwikkeling. Die heeft een sterk positief effect als een kind zich veilig en zeker voelt thuis. Kinderen hebben steeds meer privacy, wat betekent dat ouders niet altijd weten wat hun kind precies op internet doet.<sup>36</sup> Omdat de jongeren vaak alleen achter de computer zitten en veel telefoontjes vanuit de slaapkamer plegen, gaat er veel langs de ouders heen. Ouders wordt daarom aangeraden om zich te verdiepen in wat het kind op internet uitspookt. Ze kunnen bijvoorbeeld zelf een profielsite aanmaken of regelmatig msn'en. Zo blijven ouders gesprekspartner voor hun kinderen.<sup>37</sup>

Om een onafhankelijke identiteit te kunnen ontwikkelen, moeten de adolescenten zich losmaken van hun ouders. Dit gaat niet van de ene op de andere dag. Het is een ingewikkeld emotioneel en cognitief proces waarbij ook biologische factoren een rol spelen. Zelfstandig worden gaat altijd gepaard met weerstand. Met de nieuwe media lijkt het alsof kinderen steeds sneller onafhankelijk worden. Uit onderzoek van Qrius in 2005 blijkt dat 77% van de jongeren in het bezit is van een mobiele telefoon.<sup>38</sup> Uit het Jaarboek ICT en samenleving blijkt dat jongeren elkaar gemiddeld vier keer per week ontmoeten op MSN en dat 10% van de jongeren meer dan 16 uur per week op internet is.<sup>39</sup> Uit onderzoek van New rulez, het jongerenplatform van Ilse Media, blijkt dat jongeren in 2006 dagelijks 2,5 uur actief zijn op internet en 1,7 uur ingespannen televisie kijken.<sup>40</sup> Vaak staan de computer en televisie tegelijkertijd aan. Van de online-activiteiten staan msn'en en e-mailen boven aan de lijst. 90% van de jongeren kijkt regelmatig filmpjes op internet. Slechts een klein deel van hen uploadt ook wel eens een video: 18% van de ondervraagden.

Iedere ouder voedt zijn kinderen anders op. Daarom zijn er verschillende opvoedingsstijlen.<sup>41</sup> Het beste is een stijl waarbij de ouders betrokken zijn, structuur bieden, open met het kind communiceren en rechten en plichten hanteren. De adolescenten kunnen dan zelfvertrouwen, sociale vaardigheid en verantwoordelijkheidsgevoel ontwikkelen. Ook groeien ze redelijk gemakkelijk in volwassen sociale rollen. Met betrekking tot de media zal in dit geval de adolescent op een juiste manier met de media leren omgaan. De ouder zal de adolescent moeten begeleiden in het gebruik van media. Er kan soms sprake zijn van een digitale kloof maar met betrokkenheid en interesse kan de ouder het kind toch goed begeleiden.

<sup>36</sup> Valkenburg (2005); zie noot 34.

<sup>37</sup> Zie mijn kindonline.web-log.nl en [www.kinderconsument.nl](http://www.kinderconsument.nl)

<sup>38</sup> Sikkema, P. (2005) *Jongeren 2005; het speelveld verandert*. Amsterdam: Qrius.

<sup>39</sup> Haan, J. de & Hof, C. van 't (red.) (2006) *Jaarboek ICT en samenleving 2006: De Digitale Generatie*. Amsterdam: Boom. <http://www.scp.nl/publicaties/persberichten/9085062144.shtml>

<sup>40</sup> <http://www.newrulez.nl>

<sup>41</sup> Wal, J. van der, Wilde, J. de & Mooij, I. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.

## Leeftijdgenoten

De laatste jaren wordt in onderzoek steeds meer het belang van vriendschappen bij de ontwikkeling van de identiteit onderkend.<sup>42</sup> Vrienden of vriendengroepen hebben een cruciale functie. Met vrienden oefenen jongeren sociale vaardigheden, experimenteren ze met sociale rollen en leren ze een standpunt te bepalen. Vriendschappen geven jongeren steun bij het ontwikkelen, versterken en handhaven van het zelfvertrouwen en het gevoel van eigenwaarde. Jongeren zijn in de adolescentiefase bang om er niet bij te horen of om eenzaam te zijn.<sup>43</sup> Media als internet en mobiele telefonie stellen hen in staat in contact te blijven met hun vrienden. Door teksten en beelden aan te maken op profielsites of verschillende rollen te spelen in games kunnen jongeren experimenteren met hun identiteit. Ze kunnen zo ook tot meerdere groepen behoren. Door te spelen met hun persoonlijkheid, doen ze ervaring op met verschillende rollen en leren ze flexibel met hun identiteit om te gaan.

## Cognitieve ontwikkeling

Naast omgevingsfactoren speelt ook de cognitieve ontwikkeling een rol bij de identiteitsontwikkeling. Om de invloed van nieuwe media te kunnen inschatten, is het belangrijk te weten waar de adolescenten zich bevinden in hun ontwikkeling. Van der Wal e.a. baseren zich op de theorie van Jean Piaget, die ervan uitgaat dat een adolescent een aantal vermogens ontwikkelt op het gebied van (zelf)reflectie en metacognitie (denken over denken). Adolescenten leren om van een afstand naar zichzelf en anderen te kijken. Ze doen dit door steeds een denkbeeldig publiek te scheppen en daarop te reageren. Op die manier kijken ze ook zeer kritisch naar zichzelf. Jongeren bewonderen zichzelf graag maar schamen zich ook snel. Adolescenten hebben vaak het gevoel dat niemand is zoals zij, wat gevoelens van eenzaamheid bevordert. Dat zou kunnen verklaren waarom in deze leeftijdsfase een weblog zo belangrijk kan zijn, of een profielsite. Zelfreflectie en nadenken over je manier van denken en leren zijn natuurlijk ook weer belangrijk om op een goede manier met de nieuwe media om te kunnen gaan.

<sup>42</sup> Van der Wal, zie noot 41.

<sup>43</sup> Pardoën, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers*. Amsterdam: SWP: 16.

## Seksuele ontwikkeling

Het gevoel man of vrouw te zijn hoort tot iemands identiteitsbesef, volgens Van der Wal.<sup>44</sup> De seksuele ontwikkeling is zowel een biologisch als sociaal gegeven. Biologisch zijn de sekseverschillen vrijwel universeel, maar de sociale seksuele ontwikkeling (*gender*) is sterk cultureel bepaald. De seksuele ontwikkeling begint al vanaf de geboorte. Kinderen komen erachter dat ze een jongetje of een meisje zijn en identificeren zich met de moeder en/of de vader. De rolpatronen die vastzitten aan sekse, zitten ingebakken in de sociale patronen van een leefgemeenschap. Ook de (nieuwe) media bieden rolpatronen.

In de adolescentie gieren de hormonen door het lijf, wat voor veel onrust en verwarring zorgt. Adolescenten bootsen het gedrag van belangrijke personen in hun omgeving na en experimenteren zo met hun sekserol. Dit kan ingewikkeld zijn voor jongeren die anders seksueel geaard zijn dan de mensen in de omgeving. Voor veel homo- en biseksuele jongeren is er in de Nederlandse samenleving wel ruimte om hun geaardheid naar buiten te brengen. De nieuwe media, en met name internet, geven jongeren de ruimte om anoniem te praten over hun seksuele gevoelens en te experimenteren met verschillende rollen.

De Rutgers Nisso Groep heeft een onderzoek uitgevoerd naar gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren online.<sup>45</sup> De verzamelnaam voor het beleven van seks op internet is cyberseks. De aanleiding van het onderzoek is de exponentiële groei in internetgebruik onder jongeren. Een deel van deze jongeren gebruikt het internet voor het zoeken van informatie over seks, het leggen van erotisch geladen contacten en het bekijken van pornografische websites.<sup>46</sup> Het onderzoek van de Rutgers Nisso Groep richt zich op het maatschappelijke en zelfs politieke debat dat voortkomt uit het internetgebruik van jongeren. De vele aandacht in de media van de laatste tijd voor seksueel geladen communicatie via het internet, illustreert de algemene bezorgdheid.

Uit ditzelfde onderzoek blijkt dat één op de vier jongens en één op de vijf meisjes het afgelopen jaar cyberseks heeft gehad met iemand.<sup>47</sup> Zo praten de jongeren op MSN veel met elkaar over seksualiteit. Soms stellen zij elkaar uitdagende vragen die seksueel geladen zijn. Ook kunnen de jongeren gebruik maken van de webcam, waarbij het soms voorkomt dat zij elkaar uitdagen om seksuele handelingen te verrichten voor de camera. Ten slotte wordt *MSN Messenger* ook gebruikt om afspraakjes te maken.

<sup>44</sup> Van der Wal, noot 41, blz. 197.

<sup>45</sup> De Graaf, H.; Vanwesenbeeck, I. (2006) *Seks is een game' Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

<sup>46</sup> Graaf, H. de; Meijer, S.; Poelman, J. & Vanwesenbeeck, I. (2005) *Seks onder je 25e: Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Delft: Eburon.

<sup>47</sup> *Onder online-seks wordt in dit geval iedere vorm van seksualiteit op het internet bedoeld. Dit kan seksueel geladen taalgebruik zijn, maar ook het uitkleden voor de webcam.*

Om jongeren duidelijk te maken wat wel en wat niet kan, moeten er regels en afspraken zijn in de vorm van net-etiquette. De docent (of ouder) kan regels opstellen voor de leerlingen zodat duidelijk is wat wel en niet kan, bijvoorbeeld: geen gegevens openbaar maken, niets doen waar je later spijt van krijgt, bedenk dat eventuele foto's over jaren nog op het internet kunnen rondslingeren. Op [www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl) en [www.kinderconsument.nl](http://www.kinderconsument.nl) staan tips. Verder bieden Stichting Nationaal Preventie en Informatie Bureau Seksverslaving hulp aan jongeren op dit gebied.<sup>48</sup>

## Identiteit en nieuwe media

Na deze verkenning van het begrip identiteit, wordt hieronder de mogelijke invloed van nieuwe media op de identiteit van jongeren nader besproken.<sup>49</sup> Uit een onderzoek van *MTV Networks* blijkt dat moderne technologieën jongeren helpen om aan hun zelfbeeld en zelfvertrouwen te werken.<sup>50</sup> Uit dit internationale onderzoek komt naar voren dat jongeren zich bezighouden met drie vraagstukken.

### 1. Ben ik wel veilig?

Er heerst een verhoogde angst voor persoonlijke veiligheid op het gebied van ziektes, terreur, en criminaliteit.<sup>51</sup> Zowel ouders als kinderen zijn van mening dat we in een gevaarlijkere wereld leven dan de voorgaande generaties. Jongeren zijn minder goed in staat om waarschuwingen in een context te plaatsen en maken zich dus extra druk.

### 2. Wie ben ik eigenlijk?

Het uitvinden wie je bent, is de grootste uitdaging voor elke tiener. Door de afbrokkeling van traditionele sociale structuren, hebben jongeren volgens het MTV-onderzoek minder een uitgestippeld pad voor zich. Het gevolg van de globalisering is dat jongeren zich meer op het web profileren. De vriendengroep is explosief toegenomen, maar dan gaat het wel om webvrienden en niet om vrienden in de fysieke realiteit.

### 3. Wat is mijn toekomst?

Jongeren hebben grote ambities en hoge verwachtingen over hun toekomst. Dit is een rechtstreeks gevolg van de opvatting dat je kunt worden wat je wilt. Deze keuzevrijheid schept de belofte op succes. Daarbij vormt de school nog steeds het belangrijkste platform. Jongeren vormen volgens het MTV-onderzoek hun identiteit door een eigen platform te creëren

<sup>48</sup> [www.seksverslaving.nl](http://www.seksverslaving.nl)

<sup>49</sup> Zie over de invloed van film op identiteit: A. Smelik, 'Tussen droom en divan. Het 'blikkenspiel' in film'. In: S. Houppermans, M. de Kesel en P. Verstraten (red.) *Scènes uit een huwelijk. Psychoanalyse en film*. Amsterdam: Dutch University Press, 2006: 21-35.

<sup>50</sup> <http://www.mtvnetworks.nl>

<sup>51</sup> Zie voor een specifieke reflectie op de rol van de media in het creëren van een permanent angstgevoel: A. Smelik, 'Het themapark van een ramp op televisie en film'. In: L. Plate en A. Smelik (red.), *Stof en as. Elf september in kunst en populaire cultuur*. Amsterdam: van Genneep, 2006: 20-35.

binnen gemeenschappen op het internet, zoals Myspace, Hyves en YouTube. Dit geeft jongeren de kans om zich online te manifesteren. Meer dan de helft (54%) van de jongeren heeft een eigen profielsite, waarvan de helft die ook iedere dag onderhoudt. 22% houdt een eigen weblog bij. Bijna de helft (49%) van de jongeren zet foto's en/of video's van zichzelf op het internet. Deze hoge percentages geven het actieve gebruik van nieuwe media aan.

## Samenvatting

Identiteit in de 21<sup>e</sup> eeuw is dynamisch, flexibel en veranderlijk. Het is een patchworkidentiteit die voortdurend in opbouw is. Voor jongeren tussen de 12 en de 14 jaar speelt de omgeving een grote rol bij het vormen van die identiteit. En de media nemen een centrale plek in in de omgeving van de jongeren. Jongeren beschikken over een indrukwekkende hoeveelheid middelen om hun genetwerkte identiteit actief vorm te geven. Zo kiest een jongere voor kleding, haardracht en een mobiele telefoon die bij hem of haar past. Maar ook een profielsite of foto's en informatie op internet bepalen mede de identiteit. Oude en nieuwe media fungeren als spiegel voor de jongere, die haar of zijn ideaalbeeld daaraan ontleent. Dat is geen passief, maar een actief proces. Jongeren gebruiken de media om hun identiteit vorm te geven. De identiteit wordt ook bepaald door het gevoel van herkenning en erkenning door de omgeving. Omdat de media een fundamentele rol spelen in de communicatie, dragen ze bij aan de bevestiging van de identiteit. Belangrijk is echter dat die identiteit niet voorgoed vaststaat, maar, net zoals een homepage, steeds *under construction* blijft.

## Leestips

Wal, J. van der; Wilde, J. de & Mooij, I. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.

- Handzaam boek voor docenten en studenten. Het bespreekt overzichtelijk en helder de identiteitsontwikkeling van jongeren. Het boek gaat uit van de theorie van Erikson. Deze theorie neemt identiteit als een vaststaand gegeven. Hoewel dit niet meer van toepassing is anno 2007, is de publicatie zinvol door zijn uitgebreide overzicht van de ontwikkeling van jongeren.

Pardoen, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers*. Amsterdam: SWP: 16.

- Eenvoudig boekje over hoe jongeren omgaan met het internet. Handzaam voor degenen die snel willen weten wat jongeren op het internet doen en hoe de beleving van de jongeren daarbij is. Het is geen diepgravend werk en voor docenten die al aardig op de hoogte zijn wellicht overbodig.

Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.

- Dit onderzoek is in zijn geheel online te lezen ([www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)). Het is een onderzoek naar de huidige leerstrategieën van jongeren. Omdat de jongeren van nu opgroeien met computers, mobiele telefoons en televisie ontwikkelen ze zich anders dan de jongeren van 30 jaar geleden.

### 3. Internet

Als er één medium is dat van grote invloed is op de huidige generatie jongeren, dan is het wel het internet. Er wordt dan ook wel gesproken van een netgeneratie.<sup>52</sup> Er is sprake van een zeer hoog percentage internetgebruikers onder jongeren. Uit een groot jongerenonderzoek in 2005 van Qrius, blijkt dat in Nederland 99% van de jongeren thuis beschikt over een pc. Het grootste gedeelte hiervan heeft ook toegang tot internet en maakt hier ook gebruik van (96%).<sup>53</sup> Daar komt bij dat ook op scholen of in internetcafés toegang tot internet mogelijk is.

Wat doen jongeren zoal op internet? Mailen, MSN/chatten, gericht sites bezoeken, surfen, online games spelen, muziek downloaden, informatie voor school opzoeken, dingen kopen, radio luisteren, en nieuwssites van kranten bekijken.<sup>54</sup> De mogelijkheden van het medium lijken grenzeloos. In het hoofdstuk mediageletterdheid is aan internet al kort aandacht besteed. Dit hoofdstuk gaat dieper in op verschillende vragen, toepassingen en eventuele gevaren die samenhangen met het gebruik van internet. De nadruk ligt op het gebruik van internet in de klaslokalen.

## Digitale kloof

De snelheid waarmee jongeren werken met internet is voor oudere generaties vaak onnavolgbaar. Daar komt bij dat jongeren een andere werkhouding aannemen wanneer zij werken met de computer: in plaats van lineair te werken, bepalen ze zelf waarmee ze aan de slag gaan. Op deze manier lijken jongeren *hypertext-minds* te ontwikkelen, waardoor ze met nieuwe media snel kunnen schakelen tussen informatie en leeromgeving.<sup>55</sup> De digitale kloof, de afstand in kennis over nieuwe media tussen leerling en leraar/ouder, wordt groter door deze verschuiving. Uit een Amerikaans onderzoek van het PEW internet & American Life Project (2001) blijkt dat de digitale kloof tussen ouders en hun kinderen groot is.<sup>56</sup> Veel ouders hebben regels voor het internetgebruik van hun kinderen. Sommige ouders stellen een tijdslimiet of maken gebruik van filters waardoor jongeren niet op ongewenste sites kunnen komen. Om op de hoogte te blijven van de bezigheden van jongeren online is het van belang regelmatig met hen te praten over internetgebruik. Verder kunnen ouders ook controleren waar kinderen online mee bezig zijn door samen met hun kind bij de com-

52 Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.

53 Sikkema, P. (2005) *Jongeren 2005: het speelveld verandert*. Amsterdam: Qrius.

54 Qrius (2005) *Jongeren 2005*. Amsterdam: Qrius. Zie ook Graaf, H. de; Vanwesenbeeck, I. (2006) 'Seks is een game' *Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

55 Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.

56 Lenhart, A.; Rainie, L. & Lewis, O. (2001) *Teenage life online: The rise of the Instant-Message Generation and the internet's impact on friendship and family relations*: [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Teens\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf)

puter te gaan zitten.<sup>57</sup> Zo maken ouders duidelijk dat het heel normaal is dat zij weten wat hun kind online ziet of doet.

Het is voor ouders en leraren natuurlijk erg prettig wanneer de digitale kloof verkleint of verdwijnt, maar noodzakelijk is dat niet. De kloof hoeft niet dicht om nieuwe media in de les te gebruiken en leerlingen mediawijs te maken. De Kinderconsument wijst erop dat kinderen dan wel reuzehandig kunnen zijn met de nieuwe technologieën, maar dat hun kennis en horizon beperkt blijven.<sup>58</sup> Zowel leraren als ouders kunnen jongeren wegwijs maken in het omgaan met die nieuwe media.

## Identiteitsvorming op internet

Zoals al in het vorige hoofdstuk bleek, vormen jongeren online een eigen identiteit. Chatruimtes of Instant Messaging-programma's (IM) zijn ruimtes waar jongeren experimenteren met hun identiteit. Een onderzoek van Stichting SURF wijst op twee verschillende identiteiten: een online- en een face-to-face-identiteit.<sup>59</sup> Jongeren vinden zowel contact leggen als contact verbreken online makkelijker dan in het echte leven. Daar komt bij dat jongeren op internet vaak meer durven en minder verlegen zijn.<sup>60</sup> Ook durven jongeren te praten over zaken waar zij face-to-face nooit over zouden durven beginnen. Hoewel veel volwassenen denken dat de online-identiteit ten koste gaat van het face-to-face-contact, blijkt dat in de praktijk niet zo te zijn.<sup>61</sup>

Seks en geweld worden algemeen als een probleem op internet ervaren. Het is belangrijk om te zien dat bij de opkomst van film en televisie dezelfde zorgen leefden als nu bij media als internet en games. Hier is dus niets nieuws onder de zon. Er is geen wetenschappelijk onderzoek waaruit blijkt dat er een rechtstreeks verband is tussen gedrag en het zien van seks en geweld op tv of internet. Wel wordt verondersteld (het is dus niet bewezen) dat geweld op internet jongeren ongevoeliger maakt voor agressie.<sup>62</sup> Vooral in Amerika maakt men zich zorgen dat seksueel geladen beelden jongeren op een vroegere leeftijd seksueel actief maken.<sup>63</sup> Jongeren zeggen zelf vaak dat de beelden niet van invloed zijn op hun denken en

57 Voor informatie, tips en suggesties, zie [www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl) en [www.mijnleerlingonline.nl](http://www.mijnleerlingonline.nl).

58 Veilbrief, A. (2007) 'Chattend de puberteit door', *M. Maandblad van NRCinternet special*, januari.

59 Veen en Jacobs, zie noot 52.

60 Valkenburg, P.; Schouten, A. P.; Peter, J. (2005) 'Adolescents' identity experiments on the internet' in: *New Media & Society*, vol. 7, no. 3: 383-402.

61 Meeuwssen, R. C. (2006) *Sociale Contacten: Hoe worden ze beïnvloed door het internet?* Zie ook de *Internet special* van *M. Maandblad van NRC*, januari 2007.

62 Funk, J. B.; Baldacci, H. B.; Pasold, T. & Baumgardner, J. (2004) 'Violence / exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitisation?' in: *Journal of Adolescence*, vol. 27, no. 1: 23-39.

63 Greenfield, P. M. (2004) 'Inadvertent exposure to pornography on the internet: implications of peer-to-peer file-sharing networks for child development and families' in: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25: 741-750.

handelen.<sup>64</sup> Toch kleven er bepaalde risico's aan internetgebruik; deze worden verderop bij de specifieke internettoepassingen besproken. Een voorbeeld van een Nederlandse campagne die de gevaren van seks op internet behandelt, is Internet SOA. Met hippe termen en muziek wijst de site jongeren op mogelijke gevaren van internetgebruik.<sup>65</sup>

## Internet en educatie

Het onderzoek van Stichting SURF over jongeren en nieuwe media geeft aan dat het tijd wordt dat het onderwijs drastisch verandert en actiever ICT inzet. De netgeneratie maakt dagelijks zeer veel gebruik van de nieuwe media en het onderwijs moet daarbij aansluiten. ICT in het onderwijs is vaak omschreven als een handig en tijdsbesparend gereedschap voor docenten: "Docenten kunnen met behulp van ICT gemakkelijk communiceren met studenten, lesmateriaal efficiënt beheren in leermanagementsystemen en digitaal toetsen afnemen", aldus Stichting SURF.<sup>66</sup> Daarnaast is het voor de leerlingen ook uitdagend en leuk om internet te gebruiken in dienst van hun schoolstof. Het onderwijs zal mee moeten gaan in de snelle ontwikkelingen en ICT een wezenlijk onderdeel maken van de lesstof, wil het onderwijs aansluiting blijven vinden bij de leefwereld van jongeren. In het vervolg van dit hoofdstuk komt het specifieke gebruik van internettoepassingen binnen het onderwijs aan de orde.

## Weblogs

Een weblog, of blog, is een website in de vorm van een dagboek. Het woord weblog werd in december 1997 voor het eerst gebruikt door Jørn Barger. Sindsdien ging een steeds groter wordende groep mensen hun surfgedrag documenteren. In Nederland werd in 1999 de eerste weblog gesignaleerd.<sup>67</sup> Er zijn verschillende vormen van blogs, waaronder een nieuwsblog, een opinieblog of een klasblog. Naast weblogs waar vooral tekst op te vinden is, zijn er ook foto-blogs, audioblogs, videoblogs en moblogs (hier staan met mobiele telefoons gemaakte foto's op). Meestal houdt de weblogger of blogger de site dagelijks of wekelijks bij, zodat de informatie regelmatig vernieuwd wordt. De geboden informatie wordt in chronologische volgorde

64 Cameron, K. A.; Salazar, L. F.; Bernhardt, J. M.; Burgess-Whitman, N.; Wingood, G. M.; DiClemente, R. J. (2005) 'Adolescents' experience with sex on the Web: Results from online focus groups' in: *Journal of Adolescence*, 28: 535-540.

65 Voor de campagne, zie: [www.internetsoa.nl](http://www.internetsoa.nl).

66 Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.

67 Benschop, A. (2005) *Weblog: een doe-het-zelf medium: Chronologische ordening in de informatiechaos? Amsterdam: Universiteit van Amsterdam. [www.sociosite.org/weblog](http://www.sociosite.org/weblog) (11 september 2006)*.



weergegeven. De maker kan ook links plaatsen naar andere webpagina's die hij of zij leuk of interessant vindt. Deze links zijn vaak voorzien van een kort commentaar van de weblogger.<sup>68</sup> Meestal kunnen de bezoekers van een weblog meteen reageren op de berichten.

Het is om verschillende redenen interessant voor jongeren om gebruik te maken van een weblog:

- Er is vrijwel geen technische kennis nodig om een weblog te maken.<sup>69</sup>
- Jongeren kunnen op een weblog hun persoonlijke verhaal kwijt.<sup>70</sup>
- Er kan gemakkelijk een netwerk ontstaan tussen verschillende weblogs.
- Jongeren kunnen archiveren en dus terugkijken naar eerdere verhalen of ervaringen. Op deze manier wordt webloggen een proces voor de jongeren.<sup>71</sup>

## Educatie

Weblogs zijn op educatief gebied zeer nuttig. Volgens Robert-Jan Simons kan de didactische meerwaarde van weblogs geïllustreerd worden aan de hand van zeven pijlers<sup>72</sup>:

1. Relaties leggen: weblogs zijn goed voor het leggen van relaties tussen verschillende personen en zijn dus een goed medium voor sociale interactie (plaatsen van lesgerelateerde teksten, klasbelevissen, foto's, brieven naar ouders, en bruikbare studielinks).
2. Creëren: weblogs kunnen gebruikt worden om online redeneren te stimuleren.
3. Uitdragen: weblogs zijn bedoeld om informatie, kennis en ervaringen met anderen te delen.

68 Depandelaere, M. e.a. (2006) *De invloed van nieuwe media op de identiteitsvorming bij jongeren*. <http://apestaartjaren.jeugdwerknet.be/kamedialeon.pdf>

69 Kijk op [www.usetolearn.nl](http://www.usetolearn.nl) voor het maken én de toepassing van een weblog in het onderwijs.

70 Een mooi voorbeeld is de weblog van bijvoorbeeld Jan Marijnissen op [www.janmarijnissen.nl/weblog/](http://www.janmarijnissen.nl/weblog/)

71 Rubens, W. (2004) Weblogs in het hoger onderwijs. [www.usetolearn.nl/file.php/24/Weblogs\\_in\\_het\\_hoger\\_onderwijs.pdf](http://www.usetolearn.nl/file.php/24/Weblogs_in_het_hoger_onderwijs.pdf)

72 Simons, P.R.J. (2003) 'Eindelijk aandacht voor didactiek van e-learning' in: Rubens, W.; Tjepkema, S.; Poell, R.; Wagenaar, S. & Dekker, H. (Eds) (2003) *E-learning: meerwaarde of meer van hetzelfde?* Deventer: Kluwer: 18-26.

4. Transparant maken: ICT maakt het beter mogelijk om denk- en samenwerkingsprocessen inzichtelijk te maken.
5. Leren leren: ICT biedt ook nieuwe mogelijkheden om het leren leren mogelijk te maken. Doordat leer- en samenwerkingsprocessen beter zichtbaar gemaakt kunnen worden, wordt ook duidelijker waar en bij wie er leer- en samenwerkingsproblemen voorkomen.
6. Competenties centraal stellen: dit komt naar voren wanneer een weblog als portfolio dient.
7. Flexibilisering: weblogs zijn plaats- en tijdonafhankelijk, kunnen persoonlijk ingevuld worden en kunnen in het eigen tempo gemaakt worden. Thuis kunnen bijvoorbeeld ook cijferlijsten bekeken worden.<sup>73</sup>

Naast de zeven pijlers speelt interactiviteit een sleutelrol: door het gebruik van een weblog in een educatieve omgeving staan leraar en leerling dichter bij elkaar omdat zij sneller op elkaar kunnen reageren. Een weblog wordt in het hoger onderwijs al jaren gebruikt in de vorm van een discussieplatform binnen een digitale leeromgeving zoals *Blackboard of Web-CT*. Studenten wordt gevraagd om op zo'n platform opdrachten te schrijven, op literatuur en theorie te reflecteren, om discussies en debatten op te zetten en om op elkaar te reageren. Uit eigen ervaring van de auteurs van deze publicatie blijkt dat het heel goed kan werken; dat er veel meer interactie ontstaat tussen studenten onderling en tussen docent en studenten; dat de docent meer inzicht krijgt in de vorderingen van de studenten, en dat er meer communicatie mogelijk is dan in de collegezaal. Ongetwijfeld kan een weblog of discussieplatform ook een vergelijkbare functie krijgen binnen het voortgezet onderwijs.

## Weblogs en identiteit

Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven, is identiteit geen vaststaand gegeven. Hedendaagse identiteit is flexibel, patchwork en genetwerkt, en net als een weblog voortdurend *under construction*. Een weblog heeft dezelfde kenmerken als de hedendaagse, steeds veranderende identiteit. Daarom leent een weblog zich bij uitstek voor het experimenteren met de identiteit.

De identiteit op een weblog wordt door verschillende factoren bepaald:

- De keuze van een bepaalde webloghost, waardoor het uiterlijk vormgegeven is.
- De vormgeving van de weblog.
- De informatie die de maker beschikbaar stelt.



<sup>73</sup> Voor toepassing van een weblog, zie <http://edublog.web-log.nl/>.

- De reacties van bezoekers.
- Het moment van raadplegen. De online geconstrueerde identiteit overstijgt ruimte en tijd, omdat deze voortdurend bijgesteld wordt. Dit zorgt ervoor dat de identiteit in de loop van de tijd verandert.
- De beschikbaarheid van de weblog op lange termijn. Als de weblog tien jaar na dato nog te vinden is, kan dit verouderde of ongewenste informatie verschaffen.<sup>74</sup>

Wanneer jongeren zich presenteren op het internet via een blog of homepage, spelen zij met hun identiteit. Zij zoeken naar wie ze zijn door dingen uit te proberen in tekst of met beelden. De identiteitsvorming op een weblog geeft jongeren nieuwe mogelijkheden, omdat zij niet gebonden zijn aan hun lichaam *in real life*.<sup>75</sup> Zij kunnen dus met fictionele elementen experimenteren. Nieuwe mogelijkheden van weblogs zijn:

- De jongeren kunnen zich anoniem of onder een andere naam of sekse presenteren.
- Anderen kunnen reageren op de blogs waardoor de jongeren feedback krijgen.
- De gekozen identiteit kan op ieder moment verwijderd of veranderd worden.
- Moeilijke onderwerpen kunnen gemakkelijker besproken worden dan in een face-to-face-situatie.
- Contact maken met anderen via een weblog gaat soms gemakkelijker dan in het dagelijkse leven.
- Een weblog kan iets toevoegen aan het contact dat er in *real life* al is.
- De verstrekte informatie op een weblog en de toegankelijkheid van het internet maken het gemakkelijker om gelijkgezinden te vinden.



Weblog op [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl)

Het is niet zo dat deze vrijheden op internet tot gevolg hebben dat jongeren er maar op los fantaseren. Uit onderzoek blijkt dat jongeren meestal dicht bij de werkelijkheid blijven in hun blogs.<sup>76</sup> Toch zie je dat zij in blogs de speelruimte vinden om uit te komen voor wie ze werkelijk zijn. Zo blijkt dat jongens in blogs vaker uit durven komen voor hun seksuele geaardheid dan in de reële wereld. Het spelen met de identiteit is dus niet altijd het aannemen van een andere identiteit (hoewel dat ook gebeurt) maar een betere, mooiere of eerlijkere identiteit.

74 Baron, N. (2004) *You Are What They Post: Third-Party Identity Construction on the internet*. <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/AOIR5/19.html>

75 Döring, N. (2002) *'Personal Home Pages on the Web: A Review of Research'in: Journal of Computer Mediated Communication*, 7: nr.3. <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>

76 Huffaker, D. A. & Calvert, S. L. (2005) *'Gender, identity, and language use in teenage blogs'in: Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 10, no. 2, artikel 1: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>

## Weblogs en seksualiteit

Seksuele oriëntatie is belangrijk in het leven van tieners. Zoals bekend brengen de grote lichamelijke en hormonale veranderingen vaak onzekerheid met zich mee. De digitale wereld zorgt ervoor dat praten over seksualiteit makkelijker wordt voor veel jongeren. Omdat anonimiteit mogelijk is, voelen jongeren zich op het internet prettiger bij het uiten van hun seksuele gevoelens. De weblog is een geschikte plaats om vragen te stellen en van gedachten te wisselen. Vooral voor jongeren die homoseksueel, lesbisch of biseksueel zijn, kan een weblog dan een uitgelezen kans zijn om hun gevoelens te uiten.

## Weblogs en intimidatie

Net als in het echte leven komt ook op weblogs agressie voor. Jongeren kunnen ongeremd hun eigen mening uiten, ook racistische of fundamentalistische opvattingen die van geweld getuigen. Omdat op een blog gereageerd kan worden door anderen, kunnen de reacties ook agressief, beledigend of denigrerend zijn. De virtualiteit van het medium roept een gevoel van anonimiteit op, wat ervoor kan zorgen dat jongeren dit sneller doen dan in het echte leven. De gevolgen van dreigementen kunnen groot zijn. De maker of lezer van een blog kan zich dusdanig bedreigd voelen, dat hij of zij bang is om op straat te komen. Doordat de blog een interactieve toepassing is, kunnen reacties er ook agressie of geweld in het dagelijkse leven tot gevolg hebben.<sup>77</sup> Op dit vlak is begeleiding van de leerlingen nodig: wat kan wel en wat kan niet? Wat kunnen de gevolgen zijn voor de leerlingen zelf maar ook voor medeleerlingen? Leraren kunnen daarom werken met regels en etiquette, zoals die bijvoorbeeld op [www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl) te vinden zijn.<sup>78</sup>

77 Slater, M. D. (2003) 'Alienation, Aggression, and Sensation Seeking as Predictors of Adolescent Use of Violent Film, Computer, and Website Content' in: *Journal of Communication*, vol. 53, no. 1: 105-121.

78 Ga voor etiquette en internetregels naar [www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl).

## De blog als therapie

Blogs kunnen in de vorm van dagboeken dienen als een soort therapie voor jongeren. Er zijn voorbeelden van jongeren met kanker die een blog bijhouden en zo over hun gevoelens, angsten en frustraties praten. Daarnaast kunnen zij ook met lotgenoten ervaringen uitwisselen. De weblog heeft hier een zeer praktische en ondersteunende functie voor de jongere patiënten.<sup>79</sup>

Theme	Examples
Gratitude	"Recently I have lost my 'support group' of friends who all understood what I was going through... they have all died and it seems like they left me all alone at the worst point in my life. I was diagnosed with AML when I was 9, and in February we found out that it was back. Thank you for this site, it has been an encouragement to me." "I was nice your site somehow and I need to read it religiously to know what was coming up for me... I'm very glad to see that you're still there, as I am going to keep looking at your site to see what's in store for me!"
Sharing experiences	"I was told 3 months ago that I had the same type of cancer you got. The doctors told me that I had until Dec. of this year (2006) to live. The cancer has spread (sic) throughout my body and all the doctors that I've had have already have not help much. This is the hardest thing that has happened in my life."
Finding peers	"I've never got a chance to talk with anybody under the age of 40 that has had cancer. In any sense that real this phenomenon would I would like to talk."
Offering help and encouragement	"I'm not a teen, but I did want to let you know that I also had Wilms' on the right kidney, 44 years ago... I was able to have children and had a pretty normal life for a long time. You hang in there and take care and know that the Lord loves you. God Bless!" "Call me I had Oms over 4 years ago and was 22 when I was diagnosed. I have had a cancer's here got to be in better now years ago and now have the same doctor you are going to have. I have a good deal of experience with it and may be able to help you out on what to expect. I can be reached at the below numbers."

*Blogs als therapie, uit 'Personal Web Home Pages of Adolescents With Cancer: Self-Presentation, Information Dissemination, and Interpersonal Connection'<sup>80</sup>*



## Chat/MSN

Een chat- of Instant Message-programma (IM) is een programma voor het verzenden en ontvangen van tekstberichten. Daarnaast kan het programma ook gebruikt worden voor het uitwisselen van muziek, afbeeldingen of filmpjes.<sup>81</sup> Al deze toepassingen heeft e-mail ook, maar het verschil is dat bij chat- en IM-programma's de gebruikers tegelijkertijd en gezamenlijk online zijn waarbij ze direct op elkaar reageren. Als iemand online is, is dit voor de andere contactpersonen die online zijn, zichtbaar. Zo zijn ze letterlijk bij elkaar op het beeldscherm aanwezig. Chat- en IM-programma's zijn voor jongeren de normaalste zaak van de wereld. Het bekendste programma is *MSN Messenger*; in de spreektaal wordt al gesproken van msn'en. Anno 2006 maakt 97,5% van de jongeren

*Een voorbeeld van een persoonlijk MSN-scherm*

79 Suzuki, L. K., & Greenfield, P. (2003) 'Online illness narratives: An examination of home pages created by teens with cancer' in P. Greenfield, *Development in digital social worlds*. Chicago.

80 Suzuki, L. K. & Beale, I. L. (2004) 'Personal Web Home Pages of Adolescents With Cancer: Self-Presentation, Information Dissemination, and Interpersonal Connection' in: *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, vol. 23: no. 3: 152-161.

81 Depandelaere, M. e.a. (2006) *De invloed van nieuwe media op de identiteitsvorming bij jongeren*. <http://apestaartjaren.jeugdwerknet.be/kamedialeon.pdf>

gebruik van het IM-programma *MSN Messenger*.<sup>82</sup> Genoeg reden om deze internettoepassingen eens nader te bekijken: zijn ze bruikbaar op school?

## Educatie

Chat en educatie combineren wordt volgens Harry Dubois, webmaster van het ICT-café, gezien als een monsterverbond. Ouders en leraren krijgen alleen maar negatieve berichten te horen over chatten. Chatten heeft echter ook educatieve voordelen.<sup>83</sup> Zo worden er bijvoorbeeld door het Goethe-instituut live chatsessies verzorgd met leerlingen die hun Duits willen oefenen. De leerlingen communiceren direct met iemand uit een ander land.<sup>84</sup> Naast de primaire mogelijkheid (online kletsen, al dan niet in een vreemde taal), zijn er volgens Dubois nog andere mogelijkheden: “Je kunt namelijk ook leerlingen laten overleggen met elkaar hoe een bepaald probleem moet worden aangepakt. Dit overleggen via een chat is heel wat anders dan het praten over de telefoon, of via een face-to-face-situatie. Je moet duidelijker je doel formuleren, en een opdracht vanuit school kan dit formuleren bevorderen”. Ook buiten de schoolmuren kan een chatprogramma zoals *MSN Messenger* in dienst staan van het onderwijs. Jongeren kunnen informatie, afbeeldingen en geluiden uitwisselen via het programma. Dit is uitermate geschikt voor (huis)werk buiten school, omdat leerlingen kunnen doorgaan met wat zij die dag op school hebben geleerd. Een chatprogramma biedt een uitstekende plaats voor de jongeren om van gedachten te wisselen. Er zijn ook nadelen verbonden aan dergelijke chatprogramma's, zoals het uitwisselen van huiswerk en plagiaat. Belangrijk is daarom dat ze leren dat bij het gebruik van dergelijke programma's bepaalde regels en risico's gelden.<sup>85</sup>

## MSN en identiteit

Zoals in het hoofdstuk over identiteit is opgemerkt, spelen bij het ontwikkelen van een identiteit leeftijdsgenoten en vriendschap een belangrijke rol. Het chatten via *MSN Messenger* zorgt ervoor dat jongeren gemakkelijk met vrienden en leeftijdsgenoten in contact komen en blijven. Voor jongeren is een chatprogramma op dit moment het meest gebruikte medium om de eigen identiteit te ontdekken en te vormen. Uit onderzoek blijkt dat dit plaatsvindt op seksueel, lichamelijk, religieus en politiek niveau.<sup>86</sup>

82 *Idem.*

83 Dubois, H. (2006) Chatten en didactiek; een monsterverbond? [www.docentenplein.nl/vakinfo/chatten.htm](http://www.docentenplein.nl/vakinfo/chatten.htm)

84 [www.goethe.de/z/jetzt/dejchat/dejchat1.htm](http://www.goethe.de/z/jetzt/dejchat/dejchat1.htm)

85 Alles over MSN op [www.msn.nl](http://www.msn.nl)

86 Greenfield, P.M., & Subrahmanyam, K. (2003) 'Online discourse in a teen chatroom: New codes and new modes of coherence in a visual medium': *Journal of Applied Developmental Psychology*, no. 24: 713-738. [www.cdmc.ucla.edu/downloads/Constructing%20sexuality.pdf](http://www.cdmc.ucla.edu/downloads/Constructing%20sexuality.pdf)

De identiteit via *MSN Messenger* wordt door verschillende factoren bepaald:

- De keuze van het chatprogramma.
- Het uiterlijk van de chatter. Het is vaak mogelijk om foto's te laten zien of de webcam aan te zetten.
- De informatie die de gebruiker beschikbaar stelt in het profiel.
- Het taalgebruik en gebruik van smiley's en andere emoticons.
- De keuze van gespreksonderwerp.
- De hoeveelheid contactpersonen.
- De tijd die online doorgebracht wordt.

Anders dan een weblog of homepage is een chatprogramma een zeer snel en vluchtig medium. Er kan direct gecommuniceerd worden en berichten worden niet of nauwelijks bewaard. Eén dubbelklik en er is contact. Samen met de mobiele telefoon zorgt dit ervoor dat de jongeren nog nauwelijks alleen zijn; ze zijn altijd genetwerkt en daardoor in contact met de wereld om hen heen. De tijd dat de jongeren *front-stage* (zichtbaar en/of bereikbaar) zijn, neemt steeds meer toe, terwijl de tijd dat de jongeren *back-stage* zijn steeds minder wordt.<sup>87</sup> Voor de jongeren in de puberteit is het heel prettig om constant in contact te staan met leeftijdgenoten. Hierdoor neemt de angst voor eenzaamheid en er niet bij horen af.<sup>88</sup> In tegenstelling tot de vaak geuite angst voor sociale isolatie of achterstand die jongeren oplopen door veelvuldig internetgebruik, blijkt uit onderzoek dat programma's als *MSN Messenger* vriendschappen juist versterken en hechter maken. Daarnaast is uit datzelfde onderzoek gebleken dat relaties tussen jongeren en ouders vaak sterker worden door het internet: praten over internet en het delen van interesses dragen hier aan bij.<sup>89</sup> Doordat de jongeren veel tijd op internet spenderen, ontwikkelen ze een online-identiteit.<sup>90</sup> Deze identiteit staat niet los van de face-to-face-identiteit, maar bestaat ernaast. Het volgende citaat onderstreept dit: "Online is-ie wel okee, op school is-ie een nerd". Jongeren verwerven zo een meervoudige, pluriforme identiteit.

De identiteit van een chatter wordt voor een groot gedeelte bepaald door het taalgebruik. Uit onderzoek blijkt dat jongeren een eigen taal ontwikkelen. De nieuwe taal bestaat steeds minder uit hele woorden en steeds meer uit afkortingen, combinaties van leestekens en kleine afbeeldingen. De frequentie en originaliteit van het gebruik van deze nieuwe taal zijn ook bepalend voor de identiteit van de jongeren.

87 Clark, L. S. (2005) 'The Constant Contact Generation. Exploring Teen Friendship Networks Online' in: S. R. Mazzarella *Girl Wide Web, Girls, the internet, and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang: 203-221.

88 Pardoën, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers*. Amsterdam: SWP: 16.

89 Lenhart, A.; Rainie, L. & Lewis, O. (2001) *Teenage life online: The rise of the Instant-Message Generation and the internet's impact on friendship and family relations*. [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Teens\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf)

90 Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF. [www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)

## MSN Messenger en cyberseks

Seksualiteit hoort voor jongeren bij de identiteitsvorming en om deze reden gebruiken zij een IM-programma als *MSN Messenger* zo veel. Ze kunnen makkelijker over verschillende thema's praten, omdat ze meer durven te zeggen wanneer zij veilig achter hun computer zitten.<sup>91</sup> Het is bekend dat jongeren liever met elkaar over seks praten dan met hun ouders of leraren. Daarnaast wordt in huiselijke of schoolse kringen seksualiteit soms nog als een taboe behandeld.

In het hoofdstuk over identiteit is seksueel gedrag van jongeren online al besproken.<sup>92</sup> Ook op dit gebied zijn duidelijke regels en afspraken wenselijk. De docent kan samen met de leerlingen regels opstellen. Maak jongeren bewust van de effecten van gedrag op internet, bijvoorbeeld dat foto's over de hele wereld kunnen gaan en jaren later nog beschikbaar zijn. Dan zullen ze er beter voor waken om gegevens openbaar te maken. Spreek met ze af vooral niets te doen waar ze later in hun leven spijt van kunnen krijgen; hoe vindt een toekomstige baas of echtgenoot bijvoorbeeld circulerende naaktfoto's of filmpjes op internet? Op [www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl) en [www.kinderconsument.nl](http://www.kinderconsument.nl) staan tips. Verder bieden Stichting Nationaal Preventie en Informatie Bureau Seksverslaving hulp aan jongeren.<sup>93</sup>

## MSN Messenger en pesten

In 2005 heeft Qrius een onderzoek gedaan naar online pesten bij jongeren van 11 tot 15 jaar.<sup>94</sup> Er zijn verschillende vormen van online pesten:

- Het versturen van heel veel berichten tegelijk, waardoor de computer vast kan lopen.
- Het versturen van virussen.
- Anonieme mailtjes sturen.
- Uitschelden in chat- of IM-programma's.
- Iemands computer hacken.

Er zijn drie oorzaken voor online-pesterijen. De eerste is grappenmakerij: je maakt iemand voor de grap bang. Helaas zien de jongeren niet in dat deze grappenmakerij voor het slachtoffer verstrekkende gevolgen kan hebben. De tweede is de fysieke afstand: wanneer er geen confrontatie mogelijk is, durven jongeren gemakkelijker iets negatiefs of agressiefs tegen elkaar te zeggen. De volgende uitspraak van een elfjarige jongen illustreert dit: "Ik

<sup>91</sup> Subrahmanyam, K.; Greenfield, P. M.; Tynes, B. (2004) 'Constructing sexuality and identity in an online teen chat room'in: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25: 651-666.

<sup>92</sup> De Graaf, H.; Vanwesenbeeck, I. (2006) *Seks is een game. Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

<sup>93</sup> [www.seksverslaving.nl](http://www.seksverslaving.nl)

<sup>94</sup> Akker, H. van den (2005) *Online pesten: geintje of kwetsend?* Amsterdam: Qrius. [www.qrius.nl/pdf/pesten.pdf](http://www.qrius.nl/pdf/pesten.pdf)



*De campagne stop digitaal pesten*

durf meer met MSN, je bent niet bij hem en hij kan je niet in elkaar slaan”.<sup>95</sup> De derde reden is miscommunicatie: online-ruzies ontstaan vaak omdat jongeren elkaar verkeerd begrijpen en omdat het moeilijk is nuances aan te brengen bij online-communicatie.

Pesten is een maatschappelijk probleem en er is momenteel een overheids campagne over digitaal pesten. De gevolgen van de digitale pesterijen kunnen groot zijn, zonder dat de pesters zich dat realiseren. Jongeren kunnen zich onveilig gaan voelen en niet meer naar school durven. Het is voor jongeren noodzakelijk om in te zien dat online pesten het leven van een leeftijdsgenoot drastisch kan veranderen.<sup>96</sup> Ook hier zijn regels en afspraken raadzaam. Praat over

dit soort problemen in de klas en laat de leerlingen bijvoorbeeld de pesttest maken.<sup>97</sup> Voor meer informatie is de site [www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl) heel bruikbaar.<sup>98</sup>

## Profielsites

Op een profielsite kunnen jongeren allerlei persoonlijke gegevens plaatsen. In het profiel zijn bijvoorbeeld de leeftijd, lengte en woonplaats in te voeren, maar ook wat het favoriete kledingmerk of geurtje is. Daarnaast kunnen er door iedere willekeurige bezoeker berichten worden geplaatst. De site houdt statistieken bij van het aantal uren dat de profielhouder online is en van het aantal bezoekers per dag. Verder bestaat de mogelijkheid een weblog bij te houden en foto's te plaatsen. Alle bezoekers kunnen een reactie geven. Ze kunnen ook een aantal punten toekennen, kudos genaamd. Hoe meer punten iemand krijgt, hoe hoger de site in de ranglijst komt te staan. Uiteindelijk kan de profielhouder in de top 50 terechtkomen, die te bekijken is op de homepage van bijvoorbeeld [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl). De reacties van de bezoekers op elkaar zijn net zo belangrijk als de persoonlijke informatie van de leden. Andere voorbeelden van profielsites zijn [www.superdudes.nl](http://www.superdudes.nl) en [www.cu2.nl](http://www.cu2.nl).

<sup>95</sup> Citaat gehaald van [www.ouders.nl/mopv2005-onlinepesten.htm](http://www.ouders.nl/mopv2005-onlinepesten.htm).

<sup>96</sup> Zie [www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl): de nieuwe campagne van Stichting SIRE tegen digitaal pesten.

<sup>97</sup> De Pesttest is te bestellen op [www.voo.nl/pesttest/](http://www.voo.nl/pesttest/)

<sup>98</sup> Andere belangrijke websites: [www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl), [www.pestweb.nl](http://www.pestweb.nl), [www.pesten.startpagina.nl](http://www.pesten.startpagina.nl) en [www.mijnleerlingonline.nl](http://www.mijnleerlingonline.nl)

## Profielsites en identiteit

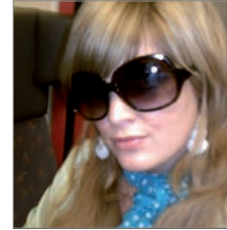
In het vorige hoofdstuk stond dat erkenning en herkenning belangrijk zijn bij het ontwikkelen van een identiteit. Een profielsite is één van manieren waarop jongeren zichzelf aan de wereld kunnen laten zien. Hier kunnen zij, net als op een weblog of homepage, door middel van tekst, foto's en links een identiteit vormgeven. Deze geconstrueerde identiteit heet dan een profiel. Anders dan een weblog of homepage is een profiel onderdeel van een collectief. Bij het samenstellen van het profiel wordt aan iedere profielhouder dezelfde informatie gevraagd en het uiterlijk van de profielen is gelijk. Dit zorgt ervoor dat ieder profiel er hetzelfde uitziet en er dezelfde soort gegevens te vinden zijn. De identiteit op een profielsite wordt door verschillende factoren bepaald:

- De keuze van de profielsite. Iedere profielsite heeft een specifieke vormgeving en vraagt om bepaalde gegevens.
- Het uiterlijk van het gedeelte van de profielsite dat zelf vormgegeven kan worden.
- De informatie die de eigenaar beschikbaar stelt.
- De reacties van bezoekers, zowel in de tekst als door het aantal punten dat wordt toegekend.
- Het moment van raadplegen. De online-identiteit overstijgt ruimte en tijd, omdat deze jarenlang in omloop is. De identiteit kan over de jaren heen veranderen.
- De beschikbaarheid van de weblog op lange termijn. Als de weblog tien jaar na dato nog te vinden is, kan deze verouderde of ongewenste informatie bevatten.<sup>99</sup>

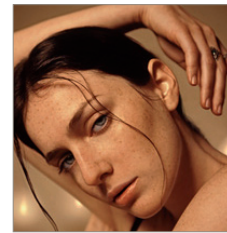
Het aanmaken van een online-identiteit is dus in grote mate afhankelijk van de profielsite. Daarnaast spelen de reacties van bezoekers op een profielsite ook een grote rol. Het is gebruikelijk dat de profielhouders elkaar punten geven waardoor ze een plek krijgen in de ranglijst. De plek op deze ranglijst bepaalt weer in grote mate de identiteit van de profielhouder. Om een hogere plaats te krijgen op deze ranglijst plaatsen de jongeren opvallende, vaak seksueel getinte, foto's. Deze foto's vertonen opvallende gelijkenissen met foto's uit de reclame en modefotografie. Jongeren gebruiken zulke beelden om hun eigen identiteit vorm te geven. Over het spiegelen aan beelden uit de media is in hoofdstuk 6 Televisie meer te lezen.



Reclame Dior



Sugababes Helene



99 Baron, N. (2004) *You Are What They Post: Third-Party Identity Construction on the internet*. <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/AOIR5/19.html>

Een profielsite geeft de jongere de gelegenheid om met haar of zijn identiteit te experimenteren en om deze naar eigen inzicht te veranderen. We zien hier dus een dynamische presentatie van identiteit. Op de profielsite kan de jongere binnen redelijk veilige grenzen kiezen welke aspecten van de identiteit hij of zij wil benadrukken of juist wil weglaten. Net zoals een jongere 's ochtends voor de klerenkast staat om te bepalen hoe zij of hij er die dag uit wil zien, zo kan ook op elk moment de profielsite naar wens aangepast worden. Dit geeft de jongere een grote vrijheid. Doordat op de site wordt gereageerd, blijft de identiteit niet in het luchtledige hangen, maar wordt deze opgenomen in sociale interacties. Daarmee wordt de internet-identiteit relationeel. Positieve of negatieve reacties kunnen de jongere helpen om haar of zijn identiteit in een bepaalde richting verder uit te bouwen, zowel op internet als *in real life*.

De nieuwe media scheppen allerlei mogelijkheden voor jonge adolescenten om te experimenteren met verschillende rollen. De diverse reacties op een profiel zorgen voor erkenning en herkenning. De sociale omgeving zorgt ook voor correcties op het gedrag. Op deze manier kunnen nieuwe media een constructieve bijdrage leveren aan de identiteitsvorming van een jonge adolescent.

## Profielites en seksualiteit

De Rutgers Nisso Groep heeft een onderzoek gedaan naar het seksuele gedrag van jongeren op internet.<sup>100</sup> De deelnemers zijn actief op profielsites zoals [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl), [www.superdudes.nl](http://www.superdudes.nl) en [www.partypeeps2000.com](http://www.partypeeps2000.com). In totaal waren er 10.905 respondenten, waarvan 38% tussen de 12 en 15 jaar. De deelnemers aan het onderzoek zeggen te weten wat de gevaren zijn van internet, waaronder profielsites. Zo zien zij bijvoorbeeld het plaatsen van persoonlijke informatie als een gevaar. Het vreemde is dat de jongeren toch die persoonlijke informatie op hun eigen profielsite plaatsen.<sup>101</sup> Bovendien bevatten de profielsites vaak ook seksueel getinte informatie over de gebruikers. Ze poseren op uitdagende manier, zodat zij meer punten ontvangen van hun medegebruikers. Daarnaast nemen de gebruikers *nicknames* aan zoals WILJOU of LICKxYOUR;DICK.<sup>102</sup> Vaak benoemen de meisjes en jongens openlijk hun seksuele voorkeur. De profielen dienen vaak als flirtruimte waar jongeren met elkaar in contact kunnen komen en eventueel afspraken kunnen maken.

In de adolescentie leren jongeren om van een afstand (kritisch) naar zichzelf en anderen te kijken. Een opvallend puberaal verschijnsel is dat tieners het gevoel hebben dat niemand is

<sup>100</sup> Graaf, H. de; Vanwesenbeeck, I. (2006) *'Seks is een game' Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

<sup>101</sup> *Idem*.

<sup>102</sup> [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl)

zoals zij. Ook is er vaak een dubbelzinnige verhouding tussen kwetsbaarheid en onkwetsbaarheid. Zo zijn jongeren aan de ene kant onzeker en voelen ze zich eenzaam, terwijl ze aan de andere kant denken dat hen niets ergs zal overkomen.<sup>103</sup> Ook al denken ze de gevaren op internet te begrijpen, vaak overzien ze niet de gevolgen van hun eigen gedrag. Net als bij pesten, zien de jongeren flirten of seksueel getint gedrag vaak als een grap of als onschuldig. Ook bij profielsites zijn regels en afspraken dus van groot belang. Leer de jongeren wat wel en niet kan of mag en maak hen duidelijk welke gevaren er schuilen in bijvoorbeeld het maken van afspraakjes of het geven van te veel persoonlijke informatie.<sup>104</sup>

## Samenvatting

Internet is niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Er zijn verschillende toepassingen waarvan veel gebruik wordt gemaakt. In dit hoofdstuk zijn aan bod gekomen: de weblog, chatprogramma's en profielsites. Jongeren gebruiken deze toepassingen vooral om te communiceren. Identiteitsontwikkeling speelt vaak een rol bij het gebruik van online-programma's: hoe wil ik mezelf presenteren, hoe zien anderen mij, hoe kan ik met anderen omgaan?

De verschillende toepassingen zijn bruikbaar in het onderwijs. De weblog kan dienst doen als agenda, cijferlijst, discussieforum, terwijl de chatprogramma's als overleg- of discussieruimte gebruikt kunnen worden. Omdat jongeren vaak en op verschillende manieren gebruik maken van internet, is het belangrijk dat ouders en leraren weten waar de jongeren mee bezig zijn. Daarnaast moeten jongeren leren dat er ook risico's verbonden zijn aan het internet. Regels en afspraken tussen ouder-kind en leraar-leerling zijn zeer aan te raden.

103 Wal, J. van der, Mooij, I. de & Wilde, J. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding, een praktijkgericht boek*. Bussum: Coutinho.

104 Kijk op [www.kennisnet.nl](http://www.kennisnet.nl) of [www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl) voor meer informatie over profielsites.

## Leestips

Akker, H. van den (2005) *Online pesten: geintje of kwetsend?* Amsterdam: Qrius.

- Van den Akker onderzoekt wat online pesten precies inhoudt en wat de gevolgen ervan kunnen zijn.

Benschop, A. (2005) *Weblog: een doe-het-zelf medium: Chronologische ordening in de informatiechaos?* Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Online: [www.sociosite.org/weblog](http://www.sociosite.org/weblog)

- Een online-publicatie over weblogs: wat is een weblog en wat zijn de toepassingsmogelijkheden?

Depandelaere, M. e.a. (2006) *De invloed van nieuwe media op de identiteitsvorming bij jongeren.*

Online: <http://apestaartjaren.jeugdwerknet.be/kamedialeon.pdf>

- Verslag van een onderzoek in 2005-2006 naar het internetgedrag van jongeren tussen de 12 en 20 jaar. Doel was om na te gaan welke invloed nieuwe media hebben op de identiteitsvorming van 12- tot 20-jarigen.

Graaf, H. de; Vanwesenbeeck, I. (2006) *'Seks is een game' Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet.* Utrecht: Rutgers Nisso Groep.

Online: [www.rutgersnissogroep.nl/digitaal/Onderzoekspublicaties\\_Rutgers\\_Nisso\\_Groep\\_](http://www.rutgersnissogroep.nl/digitaal/Onderzoekspublicaties_Rutgers_Nisso_Groep_)

- Hanneke de Graaf en Ine Vanwesenbeeck onderzochten voor de Rutgers Nisso Groep de gewenste en ongewenste seksuele ervaringen van jongeren op internet.

Huffaker, D. A. & Calvert, S. L. (2005) 'Gender, identity, and language use in teenage blogs' in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 10: no. 2: artikel 1.

Online: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>

- Deze studie koppelt online-identiteit en taal aan het gebruik van weblogs en homepages door jongeren.

Pardoën, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers.* Amsterdam: SWP: 16.

- Een publicatie over de manier waarop tieners tegenwoordig hun ontluikende seksualiteit beleven op het internet. Hoe gaat dit in zijn werk en hoe ga je daar als ouder mee om?

Sikkema, P. (2005) *Jongeren 2005: het speelveld verandert.* Amsterdam: Qrius.

- Tweejaarlijks onderzoek naar de belevingswereld van jongeren met een breed scala aan onderwerpen: trends, onderwijs en werkinkomsten en uitgaven, sporten en andere vormen van vrijetijdsbesteding, mediagebruik, normen en waarden en het gebruik van producten.

Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.

Online: [www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)

- Van de site van stichting SURF: “De jongeren van de net-generatie zijn een belangrijke veranderingsfactor en inspiratiebron voor vernieuwing. Door hun gedrag, houding en vaardigheden te onderzoeken en samen met hen nieuwe leerarrangementen te maken, zullen we beter in staat zijn onderwijssystemen te ontwerpen die mensen voorbereiden op ‘een leven lang leren’. In deze SURF-publicatie vindt u de voorlopige resultaten van onze literatuurstudie naar het leergedrag van jongeren.”

## Websites

[www.internetsoa.nl](http://www.internetsoa.nl)

- Campagne over onveilig internetten, vooral gericht op gevaren op seksueel gebied.

[www.usetolearn.nl](http://www.usetolearn.nl)

- Uitleg over toepassingen en gebruik van nieuwe media in het onderwijs. Ook cursusaanbod.

[www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl)

- Site waarop je leert optimaal gebruik te maken van de digitale mogelijkheden.

[www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl)

- De nieuwe campagne van Stichting SIRE tegen digitaal pesten.

[www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl)

- Site voor ouders over hoe zij hun kinderen veilig het internet op kunnen sturen. Tips en forum aanwezig.

[www.pestweb.nl](http://www.pestweb.nl)

- Site met adviesinformatie en tips over pesten.

[www.mijnleerlingonline.nl](http://www.mijnleerlingonline.nl)

- Site voor leerkrachten over hoe zij hun leerlingen veilig het net op kunnen sturen. Hoe bescherm je kinderen en jongeren online en hoe maak je hen bewust van de gevaren?

[www.kinderconsument.nl](http://www.kinderconsument.nl)

- Alle informatie voor jongeren, kinderen, ouders en leerkrachten over het onderwijs en media.

## 4. Mobiele telefoon

*“The mobile phone is like clothes.”<sup>105</sup>*

De mobiele telefoon heeft een centrale plaats in het leven van jongeren van tegenwoordig. De mobiele telefoon is in vrijwel iedere handeling van de jongeren verweven. Bij het ochtendritueel van opstaan, douchen en ontbijten, hoort ook het bekijken van de mobiele telefoon. 42% van de Nederlandse jongeren tussen de 13 en de 19 jaar kijkt bij het wakker worden als eerste naar de mobiele telefoon.<sup>106</sup> Net als met internet is het geen nieuw medium meer voor de jongeren, maar een soort eerste levensbehoefte. Ze gaan er letterlijk mee naar bed en ze staan ermee op. Ze kunnen niet meer zonder. James E. Katz deed een paar jaar geleden een onderzoek onder 84 studenten. De studenten mochten 48 uur geen gebruik maken van hun mobiele telefoon. Twaalf studenten hebben het volgehouden. Slechts drie studenten beweerden gelukkiger te zijn zonder telefoon.<sup>107</sup>



Uit gegevens blijkt dat in 2006 91% van de twaalf- en dertienjarigen een mobiele telefoon had.<sup>108</sup> De mobiele telefoon is niet enkel een middel om op iedere plaats op ieder tijdstip te kunnen communiceren, het is ook een medium waarmee jongeren zich verhouden tot hun leeftijdgenoten. De mobiele telefoon is een verlengstuk van het lichaam en de persoon, en daarmee onderdeel van hun identiteit.<sup>109</sup> Het mobieltje fungeert voor de jongere als modeaccessoire. Het bepaalt hun omgeving, het geluid op straat en het veiligheidsgevoel. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat veel jongeren de mobiele telefoon gebruiken omdat ze zich dan veiliger voelen.<sup>110</sup> Ook ouders vinden het prettig als hun zoon of dochter op ieder moment bereikbaar is.<sup>111</sup> Ouders denken hun kinderen te kunnen controleren, terwijl de jongeren denken dat ze meer vrijheid hebben.<sup>112</sup>

105 Ling, R. (2004) 'The Mobile Telephone and Teens' in: R. Ling. *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann: 83-121.

106 *Mobile telefoon: spin in sociale web jongeren*. [www.mtvnetworks.nl](http://www.mtvnetworks.nl) – facts and vision – Switch on insights

107 Katz, J. E. (2005) 'Mobile phones in educational settings', in: K. Nyiri (Ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag: 305-317. [www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/mobile%20phones%20in%20educational%20settings.pdf](http://www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/mobile%20phones%20in%20educational%20settings.pdf)

108 [http://www.ag-rapportenservice.nl/\(e3rfg255pfquaf45fzhyjt55\)/Default.lynkx?HomePointer=1-10&type=RapportView&RapportPointer=1-9-80306-82798-84659](http://www.ag-rapportenservice.nl/(e3rfg255pfquaf45fzhyjt55)/Default.lynkx?HomePointer=1-10&type=RapportView&RapportPointer=1-9-80306-82798-84659)

109 Katz, J. E. and S. Sugiyama (2006). *Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan*. *New Media & Society* 8 (2): 321-337.

110 Campbell, S. W., & Russo, T. C. (2003). *The social construction of mobile telephony: An application of the social influence model to perceptions and uses of mobile phones within personal communication networks*. *Communication Monographs*, 70 (4), 317-334.

111 Ling, R. (2004) 'The Mobile Telephone and Teens' in: R. Ling. *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann Publishers Inc.: 83-121.

112 Lorente, S. (2003) 'Youth and mobile phones: something more than fashion', Presented at the Conference *Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere*, Grimstad, Norway: [www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper\\_Youth\\_and\\_mobile.pdf](http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf)

Mobiel communiceren is voor jongeren dus geen luxe. Voor de netgeneratie die denkt en functioneert in netwerken van vrienden, familie en collega's is het even vanzelfsprekend als water uit de kraan.<sup>113</sup> Dit hoofdstuk gaat in op mobiel bellen en op sms'en.

## Mobiel bellen

### Mobiel bellen en educatie

De mobiele telefoon en educatie lijken geen voor de hand liggende partners. Docenten lopen nu nog tegen de problemen van de mobiele telefoon in de klas aan. Denk aan het spieken via de telefoon, het maken en versturen van foto's en berichten met daarop de antwoorden, en de vervelende beltonen die de les verstoren. Hoewel mobiele telefoons verboden zijn tijdens de lessen, zijn er altijd jongeren die vergeten hun telefoon uit te zetten. Uit onderzoek blijkt dat studenten last hebben van telefoons die afgaan tijdens een college, maar dat de jongere generatie hier al veel minder moeite mee heeft. Jongeren vinden het ook niet of nauwelijks storend als er tijdens de lessen gebeld wordt door leeftijdsgenoten.<sup>114</sup> De meeste docenten zullen het niet goedkeuren. De mobiele telefoon vraagt om etiquette, thuis, in het restaurant, in de trein en op school. Wat kan wel en wat kan niet? Er is geen standaardwerk voor de etiquette van de mobiele telefoon<sup>115</sup>, maar op de site [www.schoolenveiligheid.nl](http://www.schoolenveiligheid.nl) zijn wel verschillende tips te vinden. De Universiteit van Utrecht heeft een duidelijk protocol ontwikkeld.<sup>116</sup>

113 Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF. [www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)

114 Campbell, S. W. (2006) *Perceptions of Mobile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies*. Communication Education. July.

115 Laufer, P. (1999) *Wireless Etiquette: A Guide to the Changing World of Instant Communication*. Omnipoint Communications.

116 <http://www.uu.nl/uupublish/homeuu/diensten/homeubend/universitairebes/bestuursdienst/directieinformat/watwedoen/netiquette/15369main.html>

Functies van de mobiele telefoon		
SMS	Short Message Service	Versturen van berichten
MMS	Multi Media Service	Versturen van bestanden en afbeeldingen
WAP	Wireless Application Protocol	Bekijken internetpagina's en e-mail
GPRS	General Packet Radio Service	Versturen van grotere hoeveelheden data
UMTS	Universal Mobile Telecommunication Service	Breedbandverbinding voor versturen data
Connectiviteit	Bluetooth/ infrarood	Leggen van draadloze verbindingen tussen apparaten
Internet	Chat/ E-mail/ surfen/ agenda	
Agenda		
Fotograferen	Flitsen/ zoomen/ bewerken	
Filmen	Filmen/ afspelen	
Radio	Ontvangen en beluisteren	
Televisie	Ontvangen en bekijken	
Mp3 speler		Het opslaan en beluisteren van muziek
Extra geheugen		
Ringtones	Maken/ downloaden	

## Telefoon als leermiddel

Uit bovenstaand schema blijkt dat de mobiele telefoon al heel veel functies en mogelijkheden heeft. Die zullen in de toekomst alleen maar toenemen. Daarmee krijgt de telefoon ook educatieve mogelijkheden. Waarschijnlijk wordt de mobiele telefoon in de nabije toekomst geïntegreerd in het lesprogramma. De verschillende functies kunnen nuttig zijn in de les. Er zijn in Engeland al proeven gedaan waarbij leerlingen berichtjes kregen met teksten waarop ze moesten reageren.<sup>117</sup> Met een draadloos netwerk in het klaslokaal wordt het gemakkelijker gezamenlijk filmpjes te bekijken of andere informatie te verspreiden.<sup>118</sup> Ook kan het bijwonen van de lessen gestimuleerd worden met de telefoon door bijvoorbeeld SMS-berichten te versturen met een lokaalwijziging of met herinnering aan de les. Het leren van de jongeren zal door de jaren steeds vaker buiten de klaslokalen plaatsvinden. Ook hiervoor kan de mobiele telefoon een educatief hulpmiddel worden.<sup>119</sup> De pabo experimenteert al met het gebruik van de smartphone in de les, bijvoorbeeld door de studenten de opdracht te geven om foto's te maken, of door hen aantekeningen op het mobieltje te laten maken.<sup>120</sup>

117 Naismith, L., Lonsdale, P., Vavoula, G., Sharples, M. (2005) *Literature Review in Mobile Technologies and Learning, Report 11*, Bristol, NESTA Futurelab, [www.nestafuturelab.org/research/reviews/reviews\\_11\\_and12/11\\_01.htm](http://www.nestafuturelab.org/research/reviews/reviews_11_and12/11_01.htm).

118 Hoeven, A. van der (2006) 'De mobiele telefoon in de klas? Ach, waarom niet?' In: *NVOX*, 31(6): 274-276.

119 Sefton-Green, J. (2004) *Literature Review in Informal Learning with Technology Outside School, Report 7*, Bristol, NESTA Futurelab, [www.nestafuturelab.org/research/reviews/07\\_01.htm](http://www.nestafuturelab.org/research/reviews/07_01.htm)

120 [www.grassroots.nl](http://www.grassroots.nl)

## Mobiel bellen en identiteit

Zoals beschreven in het hoofdstuk over identiteit krijgt de identiteit van de jongeren vorm door communicatie met hun omgeving. Daarnaast zijn vriendschappen zeer belangrijk bij de ontwikkeling van de identiteit.<sup>121</sup> De mobiele telefoon stelt jongeren in staat op ieder moment en op iedere plaats contact te onderhouden met leeftijdgenoten. Het is het medium bij uitstek waardoor jongeren een genetwerkte identiteit opbouwen. De mobiele telefoon is inmiddels zo ingeburgerd dat het voor de jongeren ondenkbaar is erbij te kunnen horen zonder mobiele telefoon.<sup>122</sup> Met een mobiele telefoon op zak zijn ze nooit echt alleen.

De rol die de mobiele telefoon speelt bij de vorming van identiteit, is van verschillende factoren afhankelijk:

- Het bezit van een mobiele telefoon.
- Het type telefoon.
- Het uiterlijk van de telefoon, zoals een frontje of telefoonsieraden.
- De functies van een telefoon, zoals wap, spelletjes, bluetooth, geheugen.
- De soort beltoon.
- De inhoud van de telefoon: de hoeveelheid namen en telefoonnummers in het telefoonboek; de hoeveelheid berichten in de inbox; het geluid en beeldmateriaal in het geheugen van de telefoon.
- De frequentie waarmee iemand gebeld wordt.
- De manier van hanteren van de telefoon.
- Het soort abonnement en de hoeveelheid beltegoed.
- De mate van bereikbaarheid.

De mode is altijd sterk bepalend geweest voor de identiteit van de jongeren.<sup>123</sup> Nu is ook de mobiele telefoon een modeartikel.<sup>124</sup> Het model, de kleur, de beltonen en de eigen versieringen maken hier allemaal deel van uit.<sup>125</sup> Een voorbeeld uit de praktijk van het uiterlijk vertoon van het mobieltje:

121 Boneva, B.; Quinn, A.; Kraut, R.; Kiesler, S.; Cummings, J.; Shklovski, I. (In press). 'Teenage communication in the Instant Messaging Era' in: R. Kraut, M. Brynin, and S. Kiesler (eds.), *Domesticating Information Technology*, Oxford University Press. [www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site/files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf](http://www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site/files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf)

122 Ling, R. (2001) 'It is 'in'. It doesn't matter if you need it or not, just that you have it: Fashion and the domestication of the mobile telephone among teens in Norway' in: L. Fortunati (ed.) *Il Corpo Umano tra Tecnologie, Comunicazione e Moda (The Human Body Between Technologies, Communication and Fashion)* Milano: Triennale di Milano.

123 A. Smelik, "Mode en de media: van haute couture naar beeldcultuur". In: Jan Brand en José Teunissen (red.), *De macht van mode. Over ontwerp en betekenis*. Arnhem: Terra, Artez Press, 2006: 152-171.

124 Katz, J. E. and S. Sugiyama (2006). *Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan*. *New Media & Society* 8 (2): 321-337.

125 Lorente, S. (2003) 'Youth and mobile phones: something more than fashion', Presented at the Conference Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere, Grimstad, Norway, June 22-24. [www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper\\_Youth\\_and\\_mobile.pdf](http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf)

Leerling N: Weet je, echt zooo irritant, K. heeft altijd zijn mobiel aan staan. Die gaat echt de hele tijd af in de les. Hoeveel vrienden heeft die jongen? En moeten die niet naar school ofzo?

Leerling S: Ja, en dan loopt ie er ook nog mee te showen de hele tijd. Nu heeft ie weer zo'n nieuw frontje met van die lampjes enzo.

Leerling N: Als ie maar niet denkt dat het mooi is.

Het is ook niet vreemd om de mobiele telefoon als een sieraad om je nek te dragen.<sup>126</sup> Het mobieltje is een statussymbool.<sup>127</sup> De jongeren bepalen met de mobiele telefoon hun plaats ten opzichte van elkaar.<sup>128</sup> De hoeveelheid berichtjes, namen in de telefoonlijst, de muziek, afbeeldingen en films zijn bepalend voor de plaats in de groep.

## Mobiel bellen en seksualiteit

De mobiele telefoon zorgt voor een prettige vorm van intimiteit. Je kunt afgezonderd op iedere plaats en op ieder tijdstip bellen, bijvoorbeeld 's avonds in bed met een vriend of vriendin. Of je kunt een prachtige zonsopgang op afstand met iemand delen. Juist die afzondering zorgt ervoor dat het mobiel bellen buiten het gezichtsveld van de ouders gebeurt. Jongeren tussen de twaalf en veertien jaar zijn op een leeftijd waarop seks belangrijk wordt. Dit is vaak nog heel onschuldig. De mogelijke problemen hier zijn dezelfde als op internet, bijvoorbeeld dat jongeren naaktfoto's van zichzelf maken. Er is een geval bekend van een man uit Engeland die zich voordeed als een jongere jongen en vroeg of meisjes naaktfoto's van zichzelf wilden maken en aan hem versturen.<sup>129</sup> Iedere jongere moet weten hoe hij of zij moet handelen in zo'n geval. In de media is veel aandacht voor de gevaren van internet en de rol van de opvoeders daarin. Gek genoeg is er weinig aandacht voor de gevaren van de mobiele telefoon en de rol van de opvoeders daarin. Op de site [www.kindermobiel.nl](http://www.kindermobiel.nl) is veel informatie te vinden over mobiele telefonie en jongeren, waaronder tips voor een goede bel-opvoeding.

126 Plant, S. (ongedateerd) *On the mobile: The effects of mobile telephones on social and individual life.* [www.motorola.com/mot/doc/o/234\\_MotDoc.pdf](http://www.motorola.com/mot/doc/o/234_MotDoc.pdf)

127 *Computer Idee* (2006) 'Jonge tieners willen gadgets als statussymbool.' In: *Computer Idee.* [www.pcmweb.nl/artikel.jsp?rubriek=256618&id=1604571](http://www.pcmweb.nl/artikel.jsp?rubriek=256618&id=1604571)

128 Oksman, V. & Rautiainen, P. (2002) 'Perhaps It Is a Body Part. How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Children and Adolescents. A Case Study of Finland' in: J. E. Katz (Ed.) *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology.* New Brunswick: Transaction Publishers: 293-308.

129 <http://new.edp24.co.uk/content/news/story.aspx?brand=EDPOnline&category=News&tBrand=edp24online&tCategory=news&itemid=NOED24%20Feb%202006%2010%3A17%3A09%3A893>

## Mobiel bellen en intimidatie: happyslapping, pantypulling en mobismashing

Er zijn vormen van agressie via de mobiele telefoon ontstaan, zoals *happyslapping*. Hierbij slaan jongeren voor de lol willekeurige mensen op straat, waarbij het incident wordt vastgelegd met de mobiele telefoon. Deze filmpjes worden onder vrienden rondgestuurd en soms op het web geplaatst. Een andere vorm van mobiel pesten is *pantypulling*. Hierbij wordt bij willekeurige voorbijgangsters de onderbroek omlaag getrokken, terwijl iemand anders dit met de telefoon vastlegt. Een vrij recent fenomeen is *mobismashing*, waarbij bij een willekeurige beller op straat de telefoon tijdens het bellen uit de handen gerukt wordt waarna de dader erop gaat stampen. Anders dan bij andere vormen van geweld worden in de laatste drie gevallen de dader én het gepleegde misdrijf gefilmd. De politie is er tegenwoordig alerter op om de daders te vinden, en in dit geval is het bewijsmateriaal voorhanden!<sup>130</sup> Dit maakt het gemakkelijker om de dader op te sporen. Op de website van School en Veiligheid staat een artikel met gedragsregels voor de mobiele telefoon. Kijk voor meer informatie op [www.schoolenveiligheid.nl](http://www.schoolenveiligheid.nl).

## SMS (Short Message Service)

Een SMS is een kort tekstbericht dat meestal via de mobiele telefoon verstuurd wordt. Uit een peiling in opdracht van Orange blijkt dat 77% van de jongeren tussen de 10 en de 14 jaar gebruik maakt van SMS. De helft van de jongeren gebruikt hun mobiele telefoon voornamelijk voor het versturen van berichtjes.<sup>131</sup> Meisjes tussen de 13 en de 19 jaar sturen significant meer en meer complexe berichten dan jongens van die leeftijd.<sup>132</sup> Wat maakt SMS zo mateloos populair? Hierboven werd al duidelijk dat jongeren steeds meer denken in netwerken. Ze willen graag voortdurend met elkaar in contact staan. Professor Piet van de Craen zegt hier in een reportage in Taalschrift het volgende over: “We hebben de neiging om voortdurend met onze medemens in contact te staan”, (...) “Iemand elektronisch aaien is het eigenlijk. Onze aaibaarheidsfactor is erg hoog. Het streelt mensen dat ze berichtjes krijgen, het versterkt de banden. Het netwerken wordt hiermee tot de hoogste toppen gedreven, over de grootste afstanden heen”.<sup>133</sup> Naast het verschijnsel dat de jongeren met elkaar in contact willen blijven, bepalen ze ook

<sup>130</sup> Barnfield, G. (2005) 'Happy Slaps: Problem or Panic?' In: *Intermedia* 33: 4: 8-11.

<sup>131</sup> Laet, A. de (2006) 'Sms: aanslag op het Nederlands?' In: *Taalschrift* (6): <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>

<sup>132</sup> Ling, R. (2004) 'Texting and the Growth of Asynchronous Discourse' in: *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann: 145-167.

<sup>133</sup> Laet, A. de (2006) 'Sms: aanslag op het Nederlands?' In: *Taalschrift* (6): <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>

met de mobiele telefoon hun plaats ten opzichte van elkaar. In dezelfde reportage zegt Marc de Kesel hier het volgende over: “Bij een SMS is niet zozeer de boodschap van belang, maar de plaats van de personen die met elkaar communiceren en het spel dat ze tijdens het gesprek spelen. Het gaat om hoogst subtiele boodschappen om uit te maken waar iemand staat”.

Een niet onbelangrijke bijdrage aan de populariteit van de SMS is de lage prijs voor het verzenden van een berichtje. Vaak is het versturen van een berichtje sneller en goedkoper dan bellen.<sup>134</sup> Iemand hoeft zijn telefoon niet aan te hebben staan of op te nemen. En een SMS kan verstuurd worden op een moment dat er niet gebeld kan worden en er toch iemand anders op de hoogte gebracht moet worden. Het altijd bereikbaar zijn heeft trouwens ook een keerzijde. Uit onderzoek naar slaapproblemen door de verschillende media blijkt dat SMS de meeste problemen oplevert. Het later naar bed gaan door het kijken van een late film of het spelen van een computergame is minder schadelijk dan het onderbreken van de slaap door het krijgen van een bericht.<sup>135</sup>

Naast de berichtgevende functie van SMS, wordt de SMS ook voor een honderdtal andere doeleinden gebruikt. Enkele functies staan vermeld in de onderstaande tabel:

<p>Waarschuwings-SMS bij gevaar (brandweer) Een herinnerings-SMS voor het innemen van medicijnen Stemmen via SMS op tv en radio Bankieren via SMS Reclame via SMS Het weerbericht via SMS De laatste ontwikkelingen in een soap via SMS</p>	<p>Een SMS met de snelheidscontroles langs de weg Beurskoers stijgen/ dalen via SMS Steunen van een goed doel via SMS Belastingaangifte via SMS De bijbel via SMS Het laatste filenieuws via SMS Voetbalnieuws via SMS Et cetera</p>
---	--

## SMS en identiteit

We hebben al verschillende malen gezien dat erkenning en herkenning een belangrijke rol spelen bij het ontwikkelen van een identiteit. Het sturen en ontvangen van berichten is een manier om anderen te erkennen en door hen erkend te worden. Het volgende citaat onderstreept dit: “Je bestaat maar voor zover je (SMS’jes) krijgt en geeft. Met die SMS’jes krijg en geef je erkenning. Op die manier geven jongeren elkaar voortdurend cadeautjes en in zekere zin ook een bestaan.”<sup>136</sup> Jongeren zijn steeds op zoek naar erkenning. Door met anderen

<sup>134</sup> Ling, R. (2004) ‘Texting and the Growth of Asynchronous Discourse’ in: *The mobile connection: the cell phone’s impact on society, US: Morgan Kaufmann*: 145-167.

<sup>135</sup> Bulck, J. van den (2003) ‘Letter to the Editor. Text messaging as a cause of sleep interruption in adolescents, evidence from a cross-sectional study’ in: *Journal of Sleep Research*, 12: 263.

<sup>136</sup> Laet, A. de (2006) ‘Sms: aanslag op het Nederlands?’ In: *Taalschrift* (6). <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>



**Spijkerbroeken, shirts en accessoires die voorzien zijn van flexibele lichtkracht en waarop je je eigen berichten kunt displayen.**

te communiceren, hopen ze hun eigen ik verder te kunnen ontwikkelen: “Jongeren identificeren zich met anderen in hun communicatie: ze wisselen ideeën uit en zoeken zichzelf in de manier waarop de ander met hen praat.”<sup>137</sup> Het sturen en ontvangen van berichten is een spel waarmee de jongeren door erkenning en herkenning elkaar een bestaan geven.

De identiteit die door SMS bepaald wordt, is afhankelijk van verschillende factoren:

- De hoeveelheid berichten die per dag ontvangen en verstuurd worden.
- De snelheid waarmee gereageerd wordt na het ontvangen van een bericht. Door niet te reageren op een bericht maak je een statement.
- Het taalgebruik in een bericht.
- De inhoud van een bericht.

Eerder in dit hoofdstuk werd duidelijk dat de mobiele telefoon een modeartikel is geworden. De telefoon wordt als een sieraad om de nek gedragen. Er steeds meer behoefte om ook de inhoud van de telefoon zichtbaar te maken. Sinds kort zijn er kledingstukken en hoofdkussens op de markt om SMS-berichten op te tonen.<sup>138</sup> Op deze manier dragen de jongeren de erkenning van anderen letterlijk op het lijf.

## SMS en seksualiteit

Iedereen kan zich de spanning van het maken van een eerste afspraakje nog herinneren. De SMS zorgt ervoor dat er geen direct contact noodzakelijk is, wat het maken van een afspraak gemakkelijker maakt.<sup>139</sup> Ook flirten gaat gemakkelijk via SMS.<sup>140</sup> SMS-berichten geven de jongeren de gelegenheid om op een veilige afstand te experimenteren met het uiten van gevoelens.

<sup>137</sup> *Idem.*

<sup>138</sup> Smeets, R. (2005) *SMSen naar je spijkerbroek!*? [www.mobilecowboys.nl/sms/2523](http://www.mobilecowboys.nl/sms/2523)

<sup>139</sup> Switch On. (2006) *'Mobiele telefoon: spin in sociale web jongeren'* in: Frederik Muller Congres, [www.frederikmullercongres.nl/](http://www.frederikmullercongres.nl/)

<sup>140</sup> *Etiquette voor flirten via sms*; [www.talpa.tv/web/show/id=47920/contentid=3703/dbid=8/typeofpage=47019](http://www.talpa.tv/web/show/id=47920/contentid=3703/dbid=8/typeofpage=47019)

## SMS en pesten

Volgens onderzoekers verdwijnt de privéruimte waarin jongeren opgroeien; deze “is nu volledig aan diggelen geslagen: er is geen sprake meer van een beschermde ruimte waarin jongeren communiceren met mensen die het veld beheersen, omdat de buitenwereld op allerlei manieren binnendringt. Daarom zoeken we nieuwe manieren om een grens te stellen, (...)”.<sup>141</sup> Zowel reclame, vreemden als bekenden kunnen de leefwereld zonder problemen binnendringen via SMS. Als jongeren niet weten hoe ze hiermee om moeten gaan, kan dit soms vervelende gevolgen hebben. Pesten via SMS is hier een voorbeeld van.

Sire is in 2006 een grootschalige campagne tegen digitaal pesten begonnen: [www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl). Pesten is van alle tijden, maar het krijgt met internet en SMS een nieuwe dimensie omdat het kan doorgaan terwijl het slachtoffer niet aanwezig is.<sup>142</sup> In het hoofdstuk over internet is het online pesten al besproken. Ook van pesten via de mobiele telefoon bestaan verschillende vormen:

- Het sturen van veel berichten.
- Het sturen van vervelende berichten.
- De telefoon van de betreffende persoon aangeven als gestolen, waardoor de politie steeds berichten naar de telefoon blijft sturen.
- Het telefoonnummer gebruiken om anderen berichten te sturen.

Op [www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl) kunnen ouders, leerkrachten en leerlingen een digitale pester aangeven. Er zijn verschillende links te vinden voor informatie en een luisterend oor. Voor leerkrachten zijn er ook links naar sites met informatie hoe met digitaal pesten om te gaan in de klas.

## SMS en taal

Veel mensen denken dat er met de SMS een geheel nieuwe vorm van taal is ontstaan, maar dit is niet helemaal waar, omdat mensen door de eeuwen heen veelvuldig gebruik maakten van verkort taalgebruik.<sup>143</sup> Volgens Van de Craen is SMS wel een nieuwe vorm van ‘geschreven gesproken’ taal.<sup>144</sup> De klachten dat de taal hierdoor zou verloederen zijn volgens hem een uiting van een generatieprobleem: “verandering gaat nu eenmaal uit van jongeren”. De hoeveelheid taalfouten in e-mail en SMS schrijft hij toe aan de snelheid van de media: “Wanneer we snel iets schrijven, gelden er andere regels”.

141 Laet, A. de (2006) 'Sms: aanslag op het Nederlands?' In: *Taalschrift* (6). <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>

142 Smeets, R. (2005) *Meiden pesten en chanteren via SMS*. [www.mobilecowboys.nl/raarmaarwaar/1018](http://www.mobilecowboys.nl/raarmaarwaar/1018)

143 Lorente, S. (2003) 'Youth and mobile phones: something more than fashion', Presented at the Conference *Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere*, Grimstad: Norway. [www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper\\_Youth\\_and\\_mobile.pdf](http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf)

144 Laet, A. de (2006) 'Sms: aanslag op het Nederlands?' In: *Taalschrift* (6). <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>

## Samenvatting

De ontwikkelingen op het gebied van de telefonie gaan razendsnel. De telefoon neemt functies van de computer en de televisie over. Men verwacht dat de mobiele telefoon een instrument in de lessen op school zal worden. Nu fungeert de telefoon als belangrijkste communicatiemiddel voor jongeren. Het is een medium waarmee jongeren hun identiteit vormgeven. Het is een populair modeartikel geworden. Leraren en ouders kunnen jongeren begeleiden in het juiste gebruik van het mobieltje, zodat zij anderen niet storen of pesten. Tot slot een toekomstvisie: "Het is waarschijnlijk dat de tieners van vandaag over twintig jaar terugkijken op SMS zoals mijn generatie terugblijkt op strakke broeken met wijd uitlopende pijpen, brede kragen en hoge schoudervullingen. Als ze hun herinneringen aan hun vrienden sturen, doen ze dat waarschijnlijk in de trein met virtuele schermen en keyboards."<sup>145</sup>

## Leestips

Harper, R., Palen, L., & Taylor, A. (eds.) (2005). *The inside text: Social, cultural and design perspectives on SMS*. Springer.

- Zeer uitgebreid werk over SMS. Met name de culturele perspectieven op het gebruik van de *short message service* zijn interessant om te lezen.

Kesel, M. de; Bresseleers, B.; Knops, J. (red.) (2005) *Messages, sms- en chat-cultuur van jongeren*. Gent: Mens & Cultuur Uitgevers.

- Nederlandstalig boek over de SMS- en chatcultuur van jongeren. Een van de weinige boeken op dit gebied. Het is makkelijk leesbaar voor iedereen die erin geïnteresseerd is. Op <http://www.smk.be/boeken/messages.html> is een voorproefje te lezen.

Katz, J. E. (2006) *Magic in the air: Mobile communication and the transformation of social life*. New Brunswick: Transaction Publishers.

- Uitgebreide verhandeling over mobiele communicatie en hoe deze het dagelijks leven heeft veranderd.

<sup>145</sup> Ling, R. (2004) 'Texting and the Growth of Asynchronous Discourse' in: *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann: 145-167.

## Websites

<http://ist-socrates.berkeley.edu/~nalinik/mobile.html>

- Site met titels van onderzoek naar mobiele telefoons.

[www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl)

- Site van SIRE met tips en links voor jongeren, ouders en leerkrachten.

[www.kindermobiel.nl](http://www.kindermobiel.nl)

- Site met informatie over de mobiele telefoon en tips voor een goede bel-opvoeding.

[www.talpa.tv](http://www.talpa.tv)

- Homepage van Talpa, met o.a. de etiquette van flirten via SMS.

[www.mtvnetworks.nl](http://www.mtvnetworks.nl)

- Site van MTV waar onder 'Switch On' en 'Reports' veel informatie staat met recente gegevens over de leefwereld van jongeren.

[www.hetjongerenonderzoek.nl](http://www.hetjongerenonderzoek.nl)

- Site van een uitgebreid jongerenonderzoek, dat tweejaarlijks wordt uitgevoerd door Qrius. De nadruk ligt op de fundamentele ontwikkelingen in de leefwereld van kinderen en jongeren.

# 5. Computergames

Games zijn hot. De game-industrie is momenteel al groter dan de filmindustrie. Uit het meest recente onderzoek (2006) van de Amerikaanse Entertainment Software Association (ESA) blijkt dat 69% van de Amerikaanse bevolking computergames speelt. 3% van deze groep is jonger dan achttien jaar.<sup>146</sup> In Nederland heeft Qrius in 2005 een soortgelijk onderzoek onder jongeren gedaan. Nederlandse jongeren spelen tussen hun zesde en veertiende jaar veel op spelcomputers, op de pc en vooral ook online.<sup>147</sup>

Er zijn drie soorten games: videogames, computergames en arcade-games.<sup>148</sup> Bij computergames is sprake van een aparte console die aangesloten wordt op een monitor, bijvoorbeeld de televisie. Voorbeelden zijn de *Playstation (2)*, *Xbox* of *GameCube*. Computergames worden on- of offline gespeeld op een pc. Arcade-games zijn op zichzelf staande spellen die in publieke ruimtes zoals speelhallen gespeeld worden. Omdat jongeren zeer veel video- en computergames (on- en offline) spelen, richt dit hoofdstuk zich op deze twee varianten, waarbij beide soorten bedoeld worden met de algemene term computergame. De toepassingen in het onderwijs en resultaten van onderzoeken over effecten van games worden besproken. De meeste onderzoekers maken geen onderscheid tussen on- en offline games, terwijl het wel effecten op de identiteitsvorming van jongeren heeft: samen spelen of anders gezegd in *communities* spelen draagt bij aan bepaalde vaardigheden of sociale gedragingen van jongeren.

Bij onderzoek naar games gebruikt men een genre-indeling in zeven genres:

1. actie en avontuur (*Super Mario*, *Zelda*);
2. rijden en racen (*Grand Theft Auto*; *Super Mario Kart*);
3. eerstpersoons schietspelen (*DOOM*);
4. platform en puzzel (*Tetris*, *Sudoku*);
5. rollenspellen (*Second Life*);
6. strategie (*World of Warcraft*) en simulatie (*Sims*);
7. sport en vechtsporten (*Fifa Soccer 2007*, *Dead Or Alive*).<sup>149</sup>

Er zijn natuurlijk ook andere indelingen mogelijk.

Binnen al deze genres is onderzoek gedaan naar de positieve dan wel negatieve effecten van games, waarbij de verschillende kampen elkaar precies in evenwicht houden. Sommige onderzoekers stellen dat games verslavend kunnen werken en agressie kunnen opwekken<sup>150</sup>, terwijl andere onderzoekers claimen dat games bijdragen aan een positieve ontwikkeling in menselijk handelen en denken.<sup>151</sup>

In educatief opzicht zijn games de laatste jaren steeds belangrijker geworden. Hier wordt

<sup>146</sup> Voor het complete onderzoek: [www.theesa.com](http://www.theesa.com).

<sup>147</sup> Zie het jongerenonderzoek Qrius 2005 op [www.qrius.nl](http://www.qrius.nl).

<sup>148</sup> Raessens, J. & Goldstein, J. (2005) *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.

<sup>149</sup> Newman, J. (2004) *Videogames*. London: Routledge.

<sup>150</sup> Een visie die vooral Craig A. Anderson aanhangt.

<sup>151</sup> James Paul Gee schrijft veel over de positieve effecten van videogames.

ook steeds meer onderzoek naar gedaan. Eén van deze onderzoekers is de Amerikaan Marc Prensky, die educatieve games onderzoekt en ook zelf ontwikkelt. Deze games worden vooral binnen de bedrijfswereld gebruikt ter bevordering van de werksfeer en de denk- en handelwijze van zowel werknemers als werkgevers.<sup>152</sup>

## Games en educatie

Computergames zijn er om de mens te amuseren. Om deze reden wordt er soms met wantrouwen gereageerd op de combinatie van educatie met videogames. Toch is er een steeds grotere aandacht voor dit gebied. Een groeiend aantal cultuurcritici en wetenschappers erkennen het sociale, culturele en economische effect van games.<sup>153</sup> Onder de term *edutainment* (een samen-trekking van het Engelse *education* en *entertainment*) vallen games met een educatief doel of karakter. Er bestaan verschillende visies op de educatieve toepassingsmogelijkheden van games. De eerdergenoemde Marc Prensky is de belangrijkste schrijver, denker en ontwikkelaar van games voor educatieve doeleinden van dit moment. Hij is een groot voorstander van het gebruik van games binnen scholen en vooral bedrijven.<sup>154</sup> Een van de redenen hiervoor is het feit dat jongeren opgroeien in een medialandschap, waarbij computers, games en internet een belangrijke plaats innemen. Dat zorgt ervoor dat jongeren op een andere manier nadenken over en omgaan met informatie. Daarnaast vinden jongeren met behulp van games een nieuwe motivatie om te leren.<sup>155</sup>

Volgens Egenfeldt-Nielsen ligt het educatieve nut van games in de ontwikkeling en training van bepaalde vaardigheden en houdingen. Zo dragen games bij aan logisch denken en redeneren, vooruitkijken en probleemoplossend handelen.<sup>156</sup>

J. P. Gee richt zich op de vaardigheden die de speler van een game ontwikkelt tijdens de (vaak lange) periode dat het spel gespeeld wordt. Goede games zijn volgens hem complex, uitdagend en langdurend.<sup>157</sup> Gee vraagt zich af hoe het toch kan dat games spelers blijven boeien en uitdagen. Hij richt zich hierbij op het leerproces tijdens het spelen en komt tot de conclusie dat de spelers in andere, fictieve werelden terecht komen. Werelden die hen uitdagen anders te denken en handelen.<sup>158</sup>

152 Meer over Marc Prensky op [www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com).

153 Newman, J. (2004) *Videogames*. London: Routledge.

154 [www.games2train.com](http://www.games2train.com)

155 Prensky, M. (2005) 'Computer games and learning: digital game-based learning' in: Joost Raessens & Jeffrey Goldstein, *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.

156 Egenfeldt-Nielsen, S. (2005) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. [www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf](http://www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf)

157 Gee, J. P. (2004) 'Learning about learning from a computergame: Rise of Nations.' University of Wisconsin-Madison.

158 Gee, J. P. (2005) 'Learning by design. Games as learning machines' in: *Interactive Educational Multimedia*, no. 8: 15-23.



*Pick-it!* en *CubeDude* zijn twee voorbeelden van games die ontwikkeld zijn door Marc Prensky. Vragen over visie en maatschappelijke houding van bedrijven vormen onderdeel van het spel.

*Mirror Image*: een detectivespel over cyberstalkers

Patti Valkenburg behandelt de positieve cognitieve effecten van games. Volgens haar hebben jongeren die gamen een groter ruimtelijk inzicht. Daarnaast doen gamers vaker een beroep op hun creativiteit. Games zijn aantrekkelijk en uitdagend, wat de leermotivatie van leerlingen vergroot.<sup>159</sup>

Al deze visies geven aan dat het gebruik van games in het onderwijs veel voordelen kan hebben. Daarom zouden misschien meer scholen de stap kunnen wagen om ICT en ook games in het onderwijs te integreren. Naast het aanleren van bepaalde vaardigheden en attitudes, kunnen games ook ingezet worden voor het verstrekken van informatie. Een game kan voor vakken als geschiedenis, maatschappijleer of aardrijkskunde uiterst bruikbaar zijn. Er zijn ook games ontwikkeld om met maatschappelijke problemen te leren omgaan, zoals cyberstalkers en pedofielen online. Een voorbeeld van een spel met deze thematiek is *Mirror Image*, waarin leerlingen een mysterie moeten ontrafelen. De leerlingen leren hierdoor op een speelse manier de risico's kennen van internettoepassingen als chatten en profielsites.<sup>160</sup>

Kortom, er speelt veel op het gebied van games in combinatie met educatie. Games zullen in de nabije toekomst steeds vaker voor verschillende educatieve doeleinden ingezet worden. Nu gebeurt dat al met succes: jongeren zijn graag met de computer bezig en op deze wijze hebben zij een uitdagende en creatieve manier om kennis en vaardigheden op te doen en aan de slag te gaan met maatschappelijke problemen.

<sup>159</sup> Valkenburg, P. (2002) *Beeldschermkinderen, theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.

<sup>160</sup> *Mirror Image* is onderdeel van *Web Wise Kids*. Meer informatie op de website [www.wiredwithwisdom.org](http://www.wiredwithwisdom.org)

## Games en identiteit: sociale vaardigheden

Zoals beschreven in het hoofdstuk over identiteit staat de identiteitsvorming bij jongeren in de leeftijdscategorie van twaalf tot veertien jaar op de voorgrond. Doordat de jongeren hun eigen 'ik' ontwikkelen, zoeken zij de grenzen op en experimenteren zij met verschillende identiteiten. De computergame kan gezien worden als een uitstekend medium om in deze behoeften te voorzien. Jongeren kunnen hun grenzen ontdekken en verschillende identiteiten aannemen in de vele games die tegenwoordig voorhanden zijn.<sup>161</sup> Naast het ontdekken van grenzen en identiteit mag het sociale aspect van gamen niet onderschat worden.<sup>162</sup> Vaak wordt verondersteld dat het spelen van games leidt tot slechtere sociale banden of zelfs tot isolatie<sup>163</sup>, maar het blijkt dat gamers elkaar juist opzoeken en met elkaar praten over de nieuwste games en ontdekkingen. Een goed voorbeeld hiervan zijn de LAN-party's (*Local Area Network*), waarbij jongeren (vaak jongens) samenkomen in één ruimte om het daar tegen elkaar op te nemen in dezelfde computergame.<sup>164</sup> Uit onderzoek blijkt dat het online gamen ook bijdraagt aan de uitbreiding van het sociale netwerk van de spelers.<sup>165</sup> In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, blijkt gamen sociale vaardigheden te stimuleren.

## Games en identiteit: personages

Ook de manier waarop personages in games voorgesteld worden, kan gunstig zijn voor de vormgeving van identiteit. Als voorbeeld nemen we onderzoek naar het fenomeen Lara Croft, het sexy en stoere vrouwelijke personage in de gameserie *Tomb Raider* (waar ook films van gemaakt zijn met Angelina Jolie in de hoofdrol).<sup>166</sup> Voor meisjes fungeert Lara

161 Jansz, J. (2005) 'The emotional appeal of violent video games for adolescent males' in: *Communication Theory*, vol. 15: 219-241. <http://users.fmg.uva.nl/jjansz/violentgames%20CT%20v3.pdf#search=%22The%20emotional%20appeal%20of%20violent%20video%20games%20for%20adolescent%20males%22>

Zie ook Calvert, S. L. (2002) 'The social impact of virtual environments technology' in: K.M. Stanny (ed.) *Handbook of virtual environments technology*. Hillsdale: Erlbaum, hfst. 38. <http://vehand.engr.ucf.edu/handbook/>

162 Southwell, B. & Doyle, K. (2004) 'The good, the bad, or the ugly? A multilevel perspective on electronic game effects' in: *American Behavioural Scientist*, vol. 48: no. 4: 391-401. <http://abs.sagepub.com/cgi/reprint/48/4/391>

163 Vooral de Amerikaanse onderzoeker Craig A. Anderson heeft veel teksten geschreven over de negatieve invloed van games op jongeren.

164 Fromme, J. (2003) 'Computer Games as a Part of Children's Culture' in: *The International Journal of Computer Game Research*, vol. 3, no. 1. Zie ook Jansz, J. & Martens, L. (2005) 'Gaming at a LAN event: the social context of playing video games' in: *New Media & Society*, vol. 7: 333-355.

165 Jansz, J. (2005) 'The emotional appeal of violent video games for adolescent males' in: *Communication Theory*, vol. 15: 219-241. <http://users.fmg.uva.nl/jjansz/violentgames%20CT%20v3.pdf#search=%22The%20emotional%20appeal%20of%20violent%20video%20games%20for%20adolescent%20males%22>

166 Kennedy, H. W. (2002) 'Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo? On the Limits of Textual Analysis' in: *The International Journal of Computer Game Research*, vol. 2, no. 2.

Croft als de ideale stoere vrouw die kan overleven in een overwegend mannelijke cultuur. In het spel kunnen zij zich identificeren met dit personage. Voor jongens ligt het anders. Voor hen is Lara Croft vooral een seksueel opwindend personage. Meisjes spiegelen zich aan Lara Croft en hun identiteit wordt grotendeels gevormd door het gamepersonage. Jongens praten en fantaseren met elkaar over Lara Croft: bezigheden die kunnen bijdragen aan hun identiteitsvorming.



Lara Croft

## Games en seksualiteit

Over het algemeen komt seks weinig voor in computergames; het gaat in games vaak om heel andere zaken zoals vaardigheden van snelheid en behendigheid, simulatiespelen of rollenspelen. Uit een onderzoek van Planet Internet blijkt dat er hier en daar vormen van seksuele handelingen bestonden in computergames, maar die waren vrij abstract.<sup>167</sup> Zo moest de speler vrouwtjes en mannetjes in de vorm van vierkante karakters (*sprites*) 'op elkaar' sturen. In de jaren daarna volgden er vele computergames waarin seks met een knipoog getoond werd; hiervan is *Leisure Suite Larry* het beroemdste voorbeeld. Daarnaast kwamen er games met sexy personages, waarvan Lara Croft het bekendste voorbeeld is. Maar in de *Tomb Raider*-games komt geen seks voor: Lara Croft leeft een opvallend kuis leven zonder relaties. Het is en blijft een actiespel, waarin de stoere heldin min of meer toevallig pronte borsten heeft. Over het algemeen blijft seks een te verwaarlozen element in games.

De afgelopen jaren zijn er enkele games op de markt gekomen waarin seks op een expliciete manier getoond wordt, zoals *GTA San Andreas*. Vanuit de porno-industrie zijn de afgelopen jaren ook expliciete seksgames op de markt verschenen, zoals *3D Sluts* en *3D Sex Villa*. Maar ja, porno is er binnen alle media; echter dat is niet bepaald (zelfs bepaald niet) het meest voorkomende genre binnen games.

Wel zijn er regelmatig discussies binnen de gamewereld over de beeldvorming van vrouwen. Vrouwen worden vaak seksistisch afgebeeld, als object gepresenteerd of als slachtoffer van seksueel geweld.<sup>168</sup> Hierbij is het de vraag of dit nu enorm afwijkt van stereotypen binnen andere media. Sommige onderzoekers maken zich zorgen over een sterke toename van seks in de media, waarbij de getoonde seksualiteit sterk afwijkt van de realiteit.<sup>169</sup> Dit

167 Meyroos, J. (2006) *Seks in games*, Planet Internet. [www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe](http://www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe)

168 Bryce, J. & Rutter, J. (2005) 'Gendered gaming in gendered space' in: Joost Raessens & Jeffrey Goldstein, *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.

169 Nikken, P. (2006) *Seks in de media en kinderen*. Utrecht: NIZW Jeugd. [www.jeugdmedia.nl/jeugd%20en%20media/download/seks%20in%20de%20media%20en%20kinderen\\_3\\_.pdf#search=%22videogames%20seksualiteit%22](http://www.jeugdmedia.nl/jeugd%20en%20media/download/seks%20in%20de%20media%20en%20kinderen_3_.pdf#search=%22videogames%20seksualiteit%22)



*Seksualiteit in games:  
Leisure Suit Larry*

is echter veel sterker het geval bij videoclipps of films dan bij games. De in de media getoonde seksualiteit kan jongeren beïnvloeden in hun gevoelens, kennis over seks, en hun houding en gedrag, maar eenduidige resultaten hierover zijn er niet binnen wetenschappelijk onderzoek. Een rechtstreeks verband tussen beelden in de media en gedrag van jongeren is nooit aangetoond. Net als bij geweld kan er wel sprake zijn van gewenning bij het zien van beelden van seksualiteit. De omgeving, dus ouders, school en vrienden, speelt een veel grotere rol bij het gedrag van jongeren dan de media. Daarom is in dit verband goede seksuele voorlichting van belang.

## Classificatiesystemen van games

Ouders en leraren kunnen gebruik maken van de kijkwijzer en speelwijzersymbolen als extra steun bij het begeleiden van jongeren. Net als films en televisieseries bevatten games sinds enkele jaren een classificatiesysteem. De PEGI (*Pan European Game Information*) is het eerste Europese classificatiesysteem voor computergames. Dit geeft de ouders meer zekerheid over de geschiktheid van bepaalde games voor hun kinderen. Zo geeft de PEGI een leeftijdsaanduiding (3+, 7+, 12+, 16+ en 18+) en staan er symbolen bij die aangeven of de game seks, geweld of grof taalgebruik bevat.<sup>170</sup>



*De verschillende iconen van het classificatiesysteem*

## Games en geweld

Naast de discussie over de invloed van seks in games op het gedrag van jongeren, wordt er door onderzoekers veel aandacht besteed aan de invloed van geweld in games. Onderzoek (2001) wijst onder andere uit dat 64% van de games die goedgekeurd waren voor 6 jaar en ouder, toch een geweldshandeling bevatte. Een andere conclusie was dat in alle genres een vorm van geweld of agressie voorkomt.<sup>171</sup>

<sup>170</sup> Kijk op de internetsite van PEGI voor de volledige classificatie: [www.pegi.info](http://www.pegi.info)

<sup>171</sup> Thompson, K. M. & Haninger, K. (2001) 'Violence in E-Rated Video Games' in: *JAMA*, vol. 286, no. 5: 591-598. <http://jama.ama-assn.org/cgi/reprint/286/5/591>

Ouders, leraren en hulpverleners maken zich steeds meer zorgen over een versterking van agressief gedrag door de blootstelling aan gewelddadige computergames. Doordat kinderen het geweld in een computergame actief spelen, wordt vaak aangenomen dat dit eerder leidt tot agressie dan gewelddadige televisie. Of dit ook echt het geval is, is nog niet onderzocht.<sup>172</sup> Vaak wordt vergeten dat de beelden in games over het algemeen veel minder realistisch zijn dan op televisie of in films. Ook is er minder sprake van een verhaal dat de speler emotioneel meesleept, dan op televisie of in films het geval is.

Om het anders te zeggen: het spelelement is veel groter dan het verhaalelement. Daarom gaat het in een game minder om emotie en identificatie, en meer om vaardigheden zoals snelheid en behendigheid. Het is dan ook de vraag of het schieten op figuurtjes in een *shoot 'm up*-game als *DOOM* nu werkelijk door een jongere wordt vertaald naar de werkelijkheid. Eerlijk gezegd lijkt dat weinig aannemelijk. Jongeren kunnen goed de grens trekken tussen fictie en werkelijkheid. Het geweld in sommige videoclips op televisie is vaak veel schokkender dan het abstractere geweld in games.

Dat neemt niet weg dat geweld in computergames volgens sommige onderzoekers effecten kan hebben. De speler kan agressief worden; bang worden voor geweld in het echte leven; of juist zijn angst verliezen en afgestompt raken.<sup>173</sup> Uit de vele onderzoeken van Anderson blijkt bijvoorbeeld dat op de langere termijn jongeren steeds minder voelen wanneer zij iets gewelddadigs zien (Anderson, 2000; 2001; 2003; 2004; 2005).

Geweld in games zorgt voor een levendige maatschappelijke discussie.<sup>174</sup> Toenemend geweld in de samenleving zou onder andere het gevolg zijn van gewelddadige computergames. Het is veel te kort door de bocht om de games er daadwerkelijk de schuld van te geven. Games vormen maar een klein onderdeel van de media. Daarnaast zijn er vele andere zaken die kunnen bijdragen aan een toename van geweld, zoals een verbrokkelende samenleving, de thuissituatie, persoonlijke eigenschappen of foute vriendschappen.



*DOOM: een voorbeeld van een gewelddadige game*

<sup>172</sup> Polman, H. (2005) *Gewelddadige videospellen en agressie*. Amsterdam: SWP.

<sup>173</sup> Strasburger, V. C. & Wilson, B.J. (2002) 'Media Violence' in: idem, *Children, Adolescents, & the Media*. London: Thousand Oaks.

<sup>174</sup> Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (2002) 'Media Violence' in *Children, Adolescents, & the Media*. London: Thousand Oaks.

## Samenvatting

Onder de nieuwe media komen de games het snelst op. In de game-industrie gaat al meer geld om dan in de filmindustrie. Jongeren spelen steeds meer games op de pc, offline en online. Games zijn een vorm van entertainment, maar de rol van games binnen het onderwijs wordt steeds groter. De combinatie van games met educatie wordt *edutainment* genoemd. Nuttige games binnen het onderwijs zorgen voor verschillende vaardigheden van de leerlingen op denkniveau, handelingsniveau en kennisniveau.

Zoals alle nieuwe media, zijn ook games onderhevig aan kritiek. Sociale isolatie wordt gezien als één van de problemen. Het blijkt echter dat jongeren die veel gamen juist vaak nieuwe vrienden maken. Op bijeenkomsten of op online-forums wisselen de jongeren nieuwtjes uit op gamegebied en spelen zij de nieuwste games tegen elkaar. De mogelijke negatieve effecten op het gebied van geweld en seksualiteit baren onderzoekers, ouders en leraren zorgen. Uit onderzoek is echter geen rechtstreeks verband gebleken tussen games en gedrag. Wel kan er sprake zijn van gewenning en afstomping van gevoelens op het gebied van seks en geweld. Het is daarom belangrijk om jongeren alert te maken voor deze effecten. Verder is het aan te raden om de classificatiesystemen te bekijken en toe te passen.

## Leestips

Egenfeldt-Nielsen, S. (2005) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*.

Online: [www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf](http://www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf)

- Een uitgebreid onderzoek naar de combinatie van games en educatie: *edutainment*. Oorsprong, toepassing en voorbeelden komen aan de orde.

Meyroos, J. (2006) *Seks in games*. Planet internet.

Online: [www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe](http://www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe)

- Makkelijk geschreven, online-artikel over seks in games.

Nikken, P. (2006) *Seks in de media en kinderen*. Utrecht: NIZW Jeugd.

Online: [www.jeugdenmedia.nl/Jeugd%20en%20media/download/seks%20in%20de%20media%20en%20kinderen\\_3\\_.pdf#search=%22videogames%20seksualiteit%22](http://www.jeugdenmedia.nl/Jeugd%20en%20media/download/seks%20in%20de%20media%20en%20kinderen_3_.pdf#search=%22videogames%20seksualiteit%22)

- Artikel over seks in de verschillende nieuwe media en het effect ervan op jongeren.

Polman, H. (2005) *Gewelddadige videospellen en agressie*. Amsterdam: SWP.

- Aan de hand van theorie, literatuuronderzoek en een experimentele studie bekijkt Hanneke Polman of het spelen van gewelddadige videospellen inderdaad leidt tot agressie.

Raessens, J. & Goldstein, J. (2005) *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.

- Sleutelwerk binnen de computergame studies. Vanuit allerlei perspectieven bekijken verschillende auteurs computergames. Ook de toepassing van games voor educatieve doeleinden komt aan bod. Bevat o.a. een hoofdstuk van Marc Prensky, voorstander en ontwikkelaar van games voor educatieve doeleinden.

Southwell, B. & Doyle, K. (2004) 'The good, the bad, or the ugly? A multilevel perspective on electronic game effects' in: *American Behavioural Scientist*, vol. 48, no. 4: 391-401. Online: <http://abs.sagepub.com/cgi/reprint/48/4/391>

- Overzichtsartikel over bestaand onderzoek naar de invloeden van games op het gedrag van jongeren.

## Websites

[www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com)

- Site van Amerikaan Marc Prensky, voorstander van de combinatie games en educatie.

[www.games2train.com](http://www.games2train.com)

- Toepassingsgames ontwikkeld door Marc Prensky

[www.wiredwithwisdom.org](http://www.wiredwithwisdom.org)

- Amerikaanse site voor kinderen en hun opvoeders (ouders/leerkrachten) over veilig internetgebruik.

[www.pegi.info](http://www.pegi.info)

- Europese classificatie van games.

## 6. Televisie

Televisie is misschien wel geen nieuw medium meer te noemen; het is een 'oud nieuw' medium. Het is van alle media het meest ingeburgerd. Ondanks het feit dat er vele nieuwe media bijkomen, blijft de televisie een belangrijk medium voor jongeren. Uit onderzoek van Reklame Rakkers uit 2005<sup>175</sup> blijkt dat:

- Jongeren gemiddeld 105 minuten per dag televisie kijken.
- De meerderheid van de Nederlandse gezinnen twee of meer televisies in huis heeft.
- Jongens meer televisie kijken dan meisjes.

Met de komst van internet en games lijkt de televisie wat tijdsbesteding van jongeren betreft iets te moeten inleveren. In 2006 zaten jongeren meer achter de computer dan voor de televisie.<sup>176</sup> Jongeren gebruiken vaak beide media gelijktijdig. De tv wordt door 80% van de jongeren in combinatie met andere media gebruikt.<sup>177</sup> Bovendien maakt televisie tegenwoordig vaak onderdeel uit van andere nieuwe media, zoals internet (online tv-programma's bekijken) en mobiele telefoon (filmpjes kijken).

## Televisie en educatie

Dat het aandeel van de televisie zo groot is in het leven van jongeren is ook opgemerkt door de educatieve sector. Binnen het lager en voortgezet onderwijs wordt al lange tijd gewerkt met het medium televisie, zoals Schooltv. Schooltv verzorgt voor kleuters, leerlingen van primair en voortgezet onderwijs, en voor docenten, programma's die in dienst staan van het onderwijs. Televisieprogramma's vormen een informatiebron of uitgangspunt voor lessen. Ook het zelf maken van programma's is populair in het voortgezet onderwijs. Naast educatieve televisieprogramma's verzorgt Schooltv ook mogelijkheden online afleveringen opnieuw te bekijken of informatie te kunnen downloaden.<sup>178</sup> Daarnaast heeft Schooltv Beeldbank uitgebreide informatie voor alle vakken uit het voortgezet onderwijs.<sup>179</sup>

De centrale instantie die zich bezighoudt met tv en educatie is Teleac/NOT, waar Schooltv een onderdeel van is. Teleac/NOT heeft tot doel 'als educatieve omroep een breed en samenhangend pakket van educatieve programma's aan te bieden aan de gehele bevolking via de beschikbare massamedia'.<sup>180</sup> Ze besteden aan alle vakken of thema's binnen het onderwijs aandacht. Zowel scholieren als docenten kunnen gebruik maken van de programma's. Op de [www.geheugenvannederland.nl](http://www.geheugenvannederland.nl) kunnen leerlingen aan de hand van gedigitaliseerde televisiefragmenten opdrachten maken over allerlei thema's.<sup>181</sup>

175 Voor dit en meer onderzoeken van Reklame Rakkers, zie [www.reklamerakkers.nl](http://www.reklamerakkers.nl)

176 Zie [www.hetjongerenonderzoek.nl](http://www.hetjongerenonderzoek.nl)

177 Cijfers uit onderzoek Qrius: Jongeren 2005: Het speelveld verandert.

178 Voor verdere informatie, lessen en internetlinks over Schooltv, zie [www.schooltv.nl](http://www.schooltv.nl)

179 Voor uitzendingen en informatie, zie [www.beeldbank.schooltv.nl](http://www.beeldbank.schooltv.nl)

180 Doel van Teleac/NOT afkomstig van [www.schooltv.nl](http://www.schooltv.nl)

181 Zie [www.geheugenvannederland.nl](http://www.geheugenvannederland.nl) voor een uitgebreid overzicht.



Mediageletterdheid bestaat niet alleen uit het passief begrijpen van media, maar ook uit het actief zelf maken. Voordeel van digitale media is dat het maken van film of televisie veel goedkoper en veel gemakkelijker is dan vroeger. Een digitale camera is handzamer en montage hoeft niet meer met dure apparatuur te gebeuren, maar kan eenvoudig op de computer. Een televisieprogramma maken is voor jongeren uiterst leerzaam. Verschillende landelijke projecten willen het mediagebruik in het onderwijs stimuleren. Een goed voorbeeld is de samenwerking tussen Kennisnet en SURFnet onder de naam *Expose Your Talent*. *Expose Your Talent* is een wedstrijd waarbij jongeren hun eigen korte videofilm moeten maken. Jongeren leren hierdoor actief om te gaan met media, maar ze leren ook plannen en samenwerken. Zij komen erachter dat allerlei keuzes, zoals camerastandpunt, muziek en montage, van grote invloed zijn op het uiteindelijke resultaat. Op deze manier krijgen zij al doende inzicht in de complexiteit van audiovisuele media. Naast een wedstrijd als *Expose Your Talent* zijn er nog tal van workshops waarbij middelbare scholieren leren films of televisieprogramma's te maken, zoals via Stichting Filmset<sup>182</sup>, CinekidStudio<sup>183</sup>, Digital Playground<sup>184</sup>, Monster Media<sup>185</sup> en het Nederlands Instituut voor Filmeducatie.<sup>186</sup>

## Televisie en identiteit

Terugkomend op het flexibele en dynamische begrip van identiteit dat in hoofdstuk 2 geïntroduceerd is, is duidelijk dat identiteit nooit 'af' is, maar voortdurend in opbouw. Er werd een vergelijking gemaakt met een webpage die ook steeds under construction is. De vraag is hoe mensen dan steeds weer hun identiteit verder vormgeven. Eén van de manieren waarop dat kan, is zich identificeren met personages of thema's in literatuur, film, kunst of op televisie. Uit de mediatheorie is bekend dat kijkers zich graag identificeren met de hoofdpersonen. Dat zijn vaak ideaalbeelden: de hoofdpersoon is immers vaak een held of heldin. Of het nu goed of slecht afloopt met die held of heldin, maakt niet zo veel uit. De emoties die de identificatie teweegbrengt, leveren de kijker tijdelijk bouwstenen aan voor haar of zijn identiteit. We willen graag zo zijn als de held of heldin of verzetten ons daar juist tegen.

<sup>182</sup> [www.stichtingfilmset.nl](http://www.stichtingfilmset.nl)

<sup>183</sup> [www.cinekidstudio.nl](http://www.cinekidstudio.nl)

<sup>184</sup> [www.digital-playground.nl/](http://www.digital-playground.nl/)

<sup>185</sup> [www.monstermedia.nl/](http://www.monstermedia.nl/)

<sup>186</sup> [www.filmeducatie.nl](http://www.filmeducatie.nl)

Dit proces van identificatie als bouwsteen voor de identiteit geldt voor iedereen, ook voor volwassenen. Het is belangrijk om je te realiseren dat dit een volkomen normaal proces is. Dit kan de zorgen over de invloed van televisie op jongeren enigszins wegnemen. Voor jongeren is het identificatieproces belangrijk, omdat zij zich in een cruciale fase van identiteitsvorming bevinden. Bij volwassenen ligt de identiteit al wat meer vast dan bij jongeren, ook al blijft identiteit een proces en is het product nooit af.

Jongeren zoeken actief naar rolmodellen. Dat kunnen hun ouders of docenten zijn, maar ook popidolen of acteurs. Voor een deel halen ze hun ideaalbeelden uit de media. Zij spiegelen zich aan die ideaalbeelden en willen daar graag aan voldoen. Vanuit die ideaalbeelden kijken ze naar zichzelf maar ook naar elkaar. Het zelfbeeld van jongeren is voor een groot deel ontleend aan hoe ze denken dat anderen tegen hen aankijken. De blik van de ander is in het proces van identiteitsvorming dan ook heel bepalend. Beelden van televisie zijn als het ware een ingebeelde blik van de ander.<sup>187</sup>

Veel ideaalbeelden halen jongeren van de televisie, zoals soaps, videoclipps en reclame. Zij spiegelen hun gedrag en uiterlijk aan deze beelden. Dat kun je goed zien op profielsites als [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl) en [www.partypeeps2000.com](http://www.partypeeps2000.com). Jongeren plaatsen foto's van zichzelf op internet, waarop ze overduidelijk poses, vormgeving en uiterlijk van televisie overnemen. De foto's lijken dan ook sprekend op de foto's uit de reclame- en modiefotografie, maar ook op beelden van popsterren in videoclipps. Dit kan jongeren helpen om hun eigen identiteit te verkennen en om ermee te spelen. Je kunt gemakkelijk een andere zonnebril opzetten en een andere pose aannemen. Daarmee verander je natuurlijk niet zomaar je identiteit, maar je kunt wel experimenteren met uiterlijk en gedrag.

Er zijn het afgelopen jaar regelmatig nieuwsberichten geweest over de invloed van MTV of een soap als *Onderweg Naar Morgen* op het gedrag jongeren. Dat die invloed er is, weet inmiddels iedereen. Uit het voorgaande blijkt dat die invloed vaak heel positief is. Identificatie helpt jongeren bij de vorming van hun identiteit. Wel kan media-geletterdheid helpen om genuanceerder naar beelden te kijken, en om ze naar waarde te schatten.



*Voorbeelden van jongeren die hun uiterlijk aanpassen op dat wat ze in de media zien. Foto I is een professionele foto voor Diesel en foto II is afkomstig van profiel-site [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl).*

<sup>187</sup> Dubbelman, T. en Smelik, A. in (2005) *Geletterd kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO: blz. 51.

Mediageletterdheid is ook van belang voor een kritische blik op de ideaalbeelden die de televisie en andere media laten zien. Belangrijk aspect van het westerse ideaalbeeld is het heersende schoonheidsideaal: het lijkt wel alsof iedereen op tv jong, slank, mooi, fit en gespierd is. Dit ideaal geldt voor zowel meisjes als jongens. Dit kan jongeren ertoe zetten gezond te leven maar het kan ook leiden tot een obsessie voor het lichaam. Het kan jongeren die niet aan dat schoonheidsideaal voldoen (en wie doet dat nu wel?!) uitermate onzeker maken over hun eigen uiterlijk. In het ergste geval kunnen eetproblemen ontstaan zoals anorexia en boulimie.<sup>188</sup>

Jongeren willen er graag bij horen. Roken en drinken zijn typisch dingen waardoor iemand erbij hoort of niet. Reclames voor sigaretten zijn al lange tijd verboden. In veel films en televisieprogramma's wordt zorgvuldig met roken omgegaan (hierin heeft Amerikaanse film- en televisie-industrie het voortouw genomen). Uit onderzoek is gebleken dat jongeren die rokende acteurs als idool hebben, sneller geneigd zijn om zelf te gaan roken, dan jongeren die niet-rokende acteurs als hun idool zien.<sup>189</sup>

Het NIPO (Nederlands Instituut voor de Publieke Opinie en Marktonderzoek) heeft het alcoholgebruik van jongeren in Nederland onderzocht. Een onderdeel van het onderzoek is gericht op alcoholreclames. Het blijkt dat drinkende jongeren vaker en sneller alcoholreclames herkennen en op kunnen noemen dan jongeren die niet drinken. Opvallend is dat jongeren niet het gevoel hebben dat reclames van invloed zijn op hun drinkgedrag. Het NIPO geeft aan dat het van belang is dat ouders hun kinderen wijzen op de gevaren van alcohol en dat toezicht op het gebruik ervan gewenst is.<sup>190</sup> Ook het onderwijs kan aandacht aan dit thema schenken, zeker nu blijkt dat jongeren op steeds jongere leeftijd gaan drinken.

## Televisie en seksualiteit

Op televisie zien jongeren allerlei vormen van seksualiteit. Vooral jonge pubers zijn gevoelig voor seksualiteit in de media, omdat zij merken dat hun lichaam en hun gevoelens veranderen.<sup>191</sup> Ouders, hulpverleners en politici maken zich vaak zorgen over de gevolgen daarvan. Op [www.ouders.nl](http://www.ouders.nl) bespreekt hoofdredacteur Justine Pardoën het thema seks in de media. Pardoën noemt niet alleen expliciete seksuele handelingen, maar ook intimiteit als fundamenteel onderdeel van seksualiteit: 'Direct contact tussen mensen in verleidelijke houdingen, waarbij opwinding (seksuele prikkeling) een rol speelt. In deze opvatting

188 Gunter, B. & Wykes, M. (2005) *The media and the body image. If looks could kill*. London: Sage Publications.

189 Tickle, J. J.; Sargent, J. D.; Dalton, M. A.; Beach, M. L. & Heatherston, T. F. (2001) 'Favorite movie stars, their tobacco use in contemporary movies and its association with adolescent smoking' in: *Tobacco Control* 10:16-22.

190 Pol, M. van der & Duijser, E. (2003) *Meting alcoholgebruik jongeren*. Amsterdam: NIPO het Marktonderzoekinstituut: [www.alcoholpreventie.nl/bestand/nipo2003.pdf](http://www.alcoholpreventie.nl/bestand/nipo2003.pdf)

191 Nikken, P. (2006) *Seks in de media en kinderen*. Utrecht: NIZW Jeugd.

gaat het dus niet alleen om vrijwillige geslachtsgemeenschap, verkrachting of prostitutie. Seks is ook: intiem kussen, een innige omhelzing en sensuele aanraking.<sup>192</sup> Deze vormen van seksualiteit vullen voor een groot deel televisieprogramma's. Soapseries gaan vrijwel uitsluitend over intieme relaties, zonder dat expliciete vrijpartijen te zien zijn. Vooral in Amerikaanse soaps blijft het vaak bij kuise zoenen, ook al wordt er enorm veel getrouwd en gescheiden. Op zich is het geen probleem als jongeren dit soort scènes zien. Als ze voor het eerst gaan zoenen, dan weten ze in ieder geval al precies hoe het moet, want ze hebben het al honderdduizend keer op televisie gezien.

Waar ligt het probleem dan wel? Uit Amerikaans onderzoek (2004) blijkt dat jongeren die vaker seksueel geladen beelden op televisie zien, sneller geneigd zijn tot het ondernemen van seksuele activiteiten.<sup>193</sup> Dit wordt in het preutse Amerika misschien als een groter probleem ervaren dan in het vrijere Nederland. Ander onderzoek (2002) toont aan dat jongeren een bepaald stereotiep beeld krijgen door seks op televisie, waarbij vrouwen worden afgebeeld worden als lustobject en mannen als dominante macho's.<sup>194</sup> Ook hier is het belangrijk om de nuance in de gaten te houden. In porno bijvoorbeeld spelen vrouwen een zeer actieve rol, vaak actiever dan mannen. Daarentegen staat het onschuldige genre van de reclame juist bol van beelden waarin vrouwen als verleidelijk object voorkomen. Momenteel zijn de meest clichématige beelden over vrouwelijkheid en mannelijkheid in bepaalde videoclipps te vinden, vooral in het hiphop-genre. Uit gesprekken met studenten blijkt dat zij hier vaak ironisch naar kijken, maar het is de vraag of jongere scholieren genoeg kritische afstand kunnen bewaren voor zo'n ironische kijkhouding. Het blijkt dat jongeren door beelden uit de media hogere verwachtingen krijgen ten aanzien van seksualiteit in het echte leven.<sup>195</sup> Ook hier is de vraag of dit nu een probleem is, of dat het juist iets toevoegt aan de kwaliteit en diversiteit van het seksleven.

Classificatiesystemen voor film en televisie kunnen ouders helpen te beslissen wat hun kinderen wel of niet mogen bekijken.<sup>196</sup> Het belangrijkste is wel dat zowel ouders als docenten in gesprek blijven met jongeren over seksualiteit in relatie tot de media.

192 Pardoën, J. (2006) *Kinderen en media: Seks in de media*. Ouders Online: [www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm](http://www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm)

193 Collins, R. L.; Elliott, M. N.; Berry, S. H.; Kanouse, D. E.; Kunkel, D.; Hunter, S. B. et al. (2004) 'Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior' in: *Pediatrics*, 114: 280-289.

194 Ward, L. M. (2002) 'Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation' in: *Journal of Youth and Adolescence*, 31: 1-15.

195 Ward, L. M. & Rivadeneyra, R. (1999) 'Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement' in: *Journal of Sex Research*, 36: 237-249.

196 Uitgebreide informatie over classificatiesystemen op [www.kijkwijzer.nl](http://www.kijkwijzer.nl).

## Televisie en geweld

Geweld op televisie is het andere bekende zorgenkind. Er is zeer veel onderzoek gedaan naar de negatieve effecten van geweld en agressie op televisie.<sup>197</sup> Geen enkel onderzoek kan een rechtstreeks verband aanwijzen tussen het zien van geweld op televisie en gedrag van jongeren. Wel kan televisiegeweld een agressieve houding versterken, jongeren ongevoeliger maken voor geweld, of hen juist angstig maken.<sup>198</sup> Dit noemt men in de vakliteratuur het de-sensitiveren; geweld in de media maakt jongeren ongevoeliger. Een balans van het meest recente internationale (Engels en Duits) onderzoek wijst opnieuw uit dat er geen direct causaal verband bestaat tussen geweld op televisie en gedrag in de samenleving. Wel kunnen sommige mediabeelden, onder bepaalde omstandigheden, schadelijk zijn voor sommige personen.<sup>199</sup> In zulke gevallen gaat het om mensen die al in de problemen zitten, al van jongs af aan te maken hebben gehad met geweld in hun omgeving, en zelf last hebben van agressieve gevoelens die ze niet goed onder controle kunnen krijgen. Zulke kijkers kunnen gevoelig zijn voor geweld op televisie. In het algemeen is het dus onzin om de media verantwoordelijk te houden voor geweld in de samenleving. Dat is prietpraat en borrelpraat. Het is ook goed om te wijzen op het feit dat in de welvarende westerse samenlevingen het geweld in de loop van de vorige eeuw (althans in periodes van vrede) drastisch is afgenomen. Dat is dus in precies dezelfde periode als de opkomst en explosieve groei van de media!

Het Duitse onderzoek (2005) geeft aan dat restrictieve maatregelen ter preventie of vermindering van de negatieve invloeden van mediageweld kunnen helpen. Zij maken wel onderscheid tussen jonge en oudere kinderen. Bij jonge kinderen werkt het om programma's te verbieden, maar bij oudere kinderen kan dit juist averechts werken. Voor jonge adolescenten verstoort een kijkverbod de relatie met hun ouders en kan het juist het mediageweld aantrekkelijker maken. Jongeren proberen die programma's dan ergens anders te bekijken. Ouders en leraren kunnen het volgende doen:

- Samen met de jongeren kijken en daarbij het geweld negatief becommentariëren.
- Samen kijken en daarbij jongeren wijzen op het perspectief van het slachtoffer.
- Een actieve betrokkenheid door het thema op school te bespreken en er werkstukken over te laten maken.<sup>200</sup>

Net als bij seksualiteit kan het classificatiesysteem hulp bieden bij het beoordelen of de inhoud van een televisieprogramma geschikt is voor een jong publiek. In Nederland wordt

197 Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (2002) *Children, adolescents and the media*. California: Thousand Oaks.

198 Amerikaans onderzoek gedaan door Anderson (2002), Huesmann (2003) en Nathanson (2002, 2003).

199 Slotsom van Engels onderzoek (*Harm and Offence in Media Content, a Review of the Evidence*, 2006) en Duits onderzoek (*Medien und Gewalt, Befunde der Forschung seit 1998*, 2005). [www.kijkwijzer.nl/pagina.php?id=8&nb=159](http://www.kijkwijzer.nl/pagina.php?id=8&nb=159)

200 Kunzlik, M. & Zipfel, A. (2005) *Medien und Gewalt, Befunde der Forschung seit 1998*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: [www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/](http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/)

volop onderzoek gedaan naar de werking en verbetering van het classificatiesysteem. Vooral het NICAM (Nederlands Instituut voor Classificatie van Audiovisuele Media) is actief op dit gebied en het is dan ook raadzaam om gebruik te maken van de diensten die zij bieden.<sup>201</sup>

## Samenvatting

In dit laatste hoofdstuk zijn de educatieve functies van televisie op school belicht. Daarnaast is de invloed van media besproken op identiteit van jongeren. Ideaalbeelden in de media helpen jongeren bij de vormgeving van hun identiteit, bijvoorbeeld door zich te identificeren met de personages. Zolang de televisie bestaat, zijn er maatschappelijke discussies over seks en geweld in de media. Uit onderzoek blijkt dat er geen rechtstreeks verband is tussen beelden op televisie en gedrag van jonge kijkers. Wel kunnen televisiebeelden jongeren minder gevoelig maken voor seks en geweld. Ouders en docenten kunnen jongeren begeleiden door gezamenlijk te kijken en daarbij de discussie aan te gaan.

## Leestips

Gunter, B. & Wykes, M. (2005) *The media and the body image. If looks could kill*. London: Sage Publications.

- Boek over de invloed van televisie en andere media op het lichaamsbeeld van jongeren.

Pardoen, J. (2006) *Kinderen en media: Seks in de media*.

Ouders Online: [www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm](http://www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm)

- Online-artikel over seksualiteit in de media en de invloed ervan op jongeren.

## Websites

[www.reclamerakkers.nl](http://www.reclamerakkers.nl)

- Media en reclame

[www.kijkwijzer.nl](http://www.kijkwijzer.nl)

- Alles over de kijkwijzer; classificatiesystemen voor film en televisie

[www.schooltv.nl](http://www.schooltv.nl)

- Op deze site is alles te vinden over schooltv: programma's, toepassingen, et cetera.

<sup>201</sup> Voor informatie, vragen of jaarverslagen, zie: [www.kijkwijzer.nl](http://www.kijkwijzer.nl)

## 7. Literatuurlijst

De literatuurlijst is gerangschikt per hoofdstuk; eerst boeken en artikelen en daarna apart de websites.

Bronnen uit de Leestips die niet gebruikt zijn in de tekst, zijn hier niet in opgenomen

## Hoofdstuk 1 Mediageletterdheid

### Literatuur

Acht, A. van (2003) *Media-educatie en het 'Nieuwe Leren': een onderzoek naar de inhoud van media-educatie en de inpassing van media-educatie in het 'Nieuwe Leren'*. Taal- en Cultuur- studies Universiteit Utrecht.

Bazalgette, C. (1992) 'The Second Cox Report. Media Education and Information Technology' in: Alvarado, M. & Boyd-Barrett, O., *Media Education: An Introduction*. London: BFI Publishing.

Dubbelman, T.; Smelik, A. & Wervers, E. (2005) *Geletterd Kijken*. Enschede: SLO.

Egenfeldt-Nielsen, S. (2005) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. IT-University of Copenhagen.

Gee, J. P. (2004) *Learning about learning from a video game: Rise of Nations*. University of Wisconsin-Madison.

Gee, J. P. (2004) *What video games have to teach us about learning and Literacy*. Palgrave Macmillan: England.

Huffaker, D. (2004) 'The educated blogger: Using weblogs to promote literacy in the classroom' in: *First Monday*, 9: no. 6. Online: [www.firstmonday.dk/issues/issue9\\_6/huffaker/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue9_6/huffaker/index.html)

Katz, J. E. (2005) 'Mobile phones in educational settings' in: K. Nyiri (Ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag: 305-317.

Masterman, L. (1985) *Teaching the Media*. London: Comedia.

McCannon, B. (2002) 'Media Literacy: What? Why? How?' in: Strassburger, V. C. & Wilson, B. J., *Children, Adolescents & the Media*. London: Thousand Oaks.

Mifsud, L. (2005) 'Handheld technology in the classroom: focusing on literacy', Boedapest. Online: [www.socialscience.t-mobile.hu/2005/Mifsud\\_final.pdf](http://www.socialscience.t-mobile.hu/2005/Mifsud_final.pdf)

Ploeg, F. van der. (2002) *Beleidsbrief eCultuur*. Ministerie van OCW.

Raad voor Cultuur. (2005) *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap*.

Online: [www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf](http://www.cultuur.nl/files/pdf/advies/200507140938420.med-2005.02498-1.pdf)

Smelik, A. (2003) *Zwemmen in het asfalt. Het behagen in de visuele cultuur*. Katholieke Universiteit Nijmegen. Online: [www.annesmelik.nl](http://www.annesmelik.nl) (> Publications > Books)

Smelik, A. (2006) 'Op het eerste gezicht. De glijdende grens tussen echt en onecht'. In: *Jong Holland. Beeldende kunst en visuele cultuur*. Jrg 22, nr. 2: 24-29.

Valkenburg, P. (2005) *Schadelijke media en weerbare jeugd: een beleidsvisie 2005-2010*. Amsterdam: Amsterdam School of Communications Research.

## Websites

www.mediaeducatie.nl

www.qrius.nl

## Hoofdstuk 2 Identiteit

### Literatuur

Baron, N. (2004) *You Are What They Post: Third-Party Identity Construction on the internet*.

Online: <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/AOIR5/19.html>

Döring, N. (2002) 'Personal Home Pages on the Web: A Review of Research' in: *Journal of Computer Mediated Communication*, 7: no. 3.

Online: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>

Dubbelman, T. & Smelik, A., Wervers E. (2005) *Geletterd kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO

Frissen, V. & Mul, J. de (2000) *Under construction. Persoonlijke en culturele identiteit in het multimediatijdperk*. Amsterdam: Infodrome.

Ling, R. (2001) 'It is 'in'. It doesn't matter if you need it or not, just that you have it: Fashion and the domestication of the mobile telephone among teens in Norway' in: L. Fortunati (ed.) *The Human Body Between Technologies, Communication and Fashion* Milano: Triennale

Lorente, S. (2003) 'Youth and mobile phones: something more than fashion', Presented at the Conference *Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere*, Grimstad: Norway:

Online: [www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper\\_Youth\\_and\\_mobile.pdf](http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf)

Oksman, V. & Rautiainen, P. (2002) 'Perhaps It Is a Body Part. How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Children and Adolescents. A Case Study of Finland' in: J. E. Katz (Ed.) *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*. New Brunswick: Transaction Publishers: 293-308.

Pardoën, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers*. Amsterdam: SWP

Raessens, J. (1996) 'De zappende mens behoudt de controle' in: *Identiteit m/v: een constructie!?* in: *HN*. Jg. 52: nr. 17: 2-3. Online: [www.raessens.com/Publicaties/zappen.html](http://www.raessens.com/Publicaties/zappen.html)

Smelik, A. (2006) 'Mode en de media: van haute couture naar beeldcultuur' in: Jan Brand en José Teunissen (red.), *De macht van mode. Over ontwerp en betekenis*. Arnhem: Terra, Artez Press: 152-171.

A. Smelik, 'Het themapark van een ramp op televisie en film'. In: L. Plate en A. Smelik (red.), *Stof en as. Elf september in kunst en populaire cultuur*. Amsterdam: van Genneep, 2006: 20-35.

Valkenburg, P. M. (2005) *Schadelijke Media en Weerbare Jeugd: Een Beleidsvisie 2005-2010*. Amsterdam: ASCOR. Online: <http://users.fmg.uva.nl/pvalkenburg/>  
Wal, J. van der; Mooij, I. de & Wilde, J. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding, een praktijkgericht boek*. Bussum: Coutinho.

## Websites

[www.miramedia.nl](http://www.miramedia.nl)  
[www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl)

## Hoofdstuk 3 Internet

### Literatuur

Akker, H. van den (2005) *Online pesten: geintje of kwetsend?* Amsterdam: Qrius. Online: [www.qrius.nl/pdf/pesten.pdf](http://www.qrius.nl/pdf/pesten.pdf)  
Baron, N. (2004) *You Are What They Post: Third-Party Identity Construction on the internet*. Online: <http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/AOIR5/19.html>  
Benschop, A. (2005) *Weblog: een doe-het-zelf medium: Chronologische ordening in de informatiechaos?* Amsterdam: Universiteit van Amsterdam: [www.sociosite.org/weblog](http://www.sociosite.org/weblog)  
Boneva, B.; Quinn, A.; Kraut, R.; Kiesler, S.; Cummings, J.; Shklovski, I. (ter perse) 'Teenage communication in the Instant Messaging Era' in: R. Kraut, M. Brynin, and S. Kiesler (eds.), *Domesticating Information Technology*, Oxford University Press. Online: [www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf](http://www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf)  
Cameron, K. A.; Salazar, L. F.; Bernhardt, J. M.; Burgess-Whitman, N.; Wingood, G. M.; DiClemente, R. J. (2005) 'Adolescents' experience with sex on the Web: Results from online focus groups' in: *Journal of Adolescence*, 28: 535-540.  
Clark, L. S. (2005) 'The Constant Contact Generation. Exploring Teen Friendship Networks Online' in: S. R. Mazzarella *Girl Wide Web. Girls, the internet, and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang: 203-221.  
Depandelaere, M. e.a. (2006) *De invloed van nieuwe media op de identiteitsvorming bij jongeren*. Online: <http://apestaartjaren.jeugdwerknet.be/kamedialeon.pdf>  
Döring, N. (2002) 'Personal Home Pages on the Web: A Review of Research' in: *Journal of Computer Mediated Communication*, 7: no. 3. Online: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doing.html>  
Dubois, H. (2006) *Chatten en didactiek; een monsterverbond?* Online: [www.docentenplein.nl/vakinfo/chatten.htm](http://www.docentenplein.nl/vakinfo/chatten.htm)

- Funk, J. B.; Baldacci, H. B.; Pasold, T. & Baumgardner, J. (2004) 'Violence / exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: is there desensitisation?' in: *Journal of Adolescence*, vol. 27, no. 1: 23-39.
- Graaf, H. de; Meijer, S.; Poelman, J. & Vanwesenbeeck, I. (2005) *Seks onder je 25<sup>e</sup>: Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Delft: Eburon.
- Graaf, H. de; Vanwesenbeeck, I. (2006) *'Seks is een game' Gewenst en ongewenst seksueel gedrag van jongeren op internet*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep.
- Greenfield, P. M., & Subrahmanyam, K. (2003) 'Online discourse in a teen chatroom: New codes and new modes of coherence in a visual medium' in: *Journal of Applied Developmental Psychology*, no. 24: 713-738. Online: [www.cdmc.ucla.edu/downloads/Constructing%20sexuality.pdf](http://www.cdmc.ucla.edu/downloads/Constructing%20sexuality.pdf)
- Greenfield, P.M. (2004) 'Inadvertent exposure to pornography on the internet: implications of peer-to-peer file-sharing networks for child development and families' in: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25: 741-750.
- Gross, E. F.; Juvonen & S. L. Gable (2002) 'Internet Use and Well-Being in Adolescence' in: *Journal of Social Issues*, 58: no. 1: 75-90.
- Gross, E. F. (2004) 'Adolescent internet use: What we expect, what teens report' in: *Journal of Applied Developmental Psychology*.
- Huffaker, D. (2004) 'The educated blogger: Using weblogs to promote literacy in the classroom' in: *First Monday*, 9: no. 6.
- Huffaker, D. A. & Calvert, S. L. (2005) 'Gender, identity, and language use in teenage blogs' in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 10: no. 2: artikel 1. Online: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
- Lenhart, A.; Rainie, L. & Lewis, O. (2001) Teenage life online: The rise of the Instant-Message Generation and the internet's impact on friendship and family relations. Online: [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Teens\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Report.pdf)
- Meeuwssen, R. C. (2005) *Sociale Contacten: Hoe worden ze beïnvloed door het internet?*
- Pardoen, J. & Pijpers, R. (2006) *Verliefd op het internet. Over het internetgedrag van pubers*. Amsterdam: SWP.
- Rubens, W. (2004) *Weblogs in het hoger onderwijs*. Online: [www.usetolearn.nl/file.php/24/Weblogs\\_in\\_het\\_hoger\\_onderwijs.pdf](http://www.usetolearn.nl/file.php/24/Weblogs_in_het_hoger_onderwijs.pdf)
- Sikkema, P. (2005) *Jongeren 2005: het speelveld verandert*. Amsterdam: Qrius.
- Simons, P. R. J. (2003) 'Eindelijk aandacht voor didactiek van e-learning' in: Rubens, W.; Tjepkema, S; Poell, R.; Wagenaar, S. & Dekker, H. (2003) *E-learning: meerwaarde of meer van hetzelfde?* Deventer: Kluwer.
- Slater, M. D. (2003) 'Alienation, Aggression, and Sensation Seeking as Predictors of Adolescent Use of Violent Film, Computer, and Website Content' in: *Journal of Communication*, vol. 53, no. 1: 105-121.

- Steensel, K.M. van (2000) *internetgeneratie: de broncode ontcijferd*. 's-Gravenhage : Stichting Maatschappij en Onderneming.
- Subrahmanyam, K.; Greenfield, P. M.; Tynes, B. (2004) 'Constructing sexuality and identity in an online teen chat room' in: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25: 651–666.
- Suzuki, L. K., & Greenfield, P. (2003) 'Online illness narratives: An examination of home pages created by teens with cancer' in P. Greenfield, *Development in digital social worlds*. Chicago.
- Suzuki, L. K. & Beale, I. L. (2004) 'Personal Web Home Pages of Adolescents With Cancer: Self-Presentation, Information Dissemination, and Interpersonal Connection' in: *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, vol. 23, no. 3: 152-161.
- Thiel, S. M. (2005) "'IM Me" Identity Construction and Gender Negotiation in the World of Adolescent Girls and Instant Messaging' in: S. R. Mazarella *Girl Wide Web. Girls, the internet, and the negotiation of identity*. New York: Peter Lang: 179-201.
- Valkenburg, P.; Schouten, A. P.; Peter, J. (2005) 'Adolescents' identity experiments on the internet' in: *New Media & Society*, vol. 7, no. 3: 383-402.
- Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF.
- Wal, J. van der; Mooij, I. de & Wilde, J. de (2001) *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding, een praktijkgericht boek*. Bussum: Coutinho.
- Wykes, M. & Gunter, B. (2005) *The Media & Body Image*. London: Sage.

## Websites

[www.qrius.nl](http://www.qrius.nl)  
[www.internetsoa.nl](http://www.internetsoa.nl)  
[www.janmarijnissen.nl/weblog](http://www.janmarijnissen.nl/weblog)  
<http://edublog.web-log.nl/>  
[www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl)  
[www.goethe.de](http://www.goethe.de)  
[www.msn.nl](http://www.msn.nl)  
[www.seksverslaving.nl](http://www.seksverslaving.nl)  
[www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl)  
[www.voo.nl/pesttest/](http://www.voo.nl/pesttest/)  
[www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl)  
[www.pestweb.nl](http://www.pestweb.nl)  
[www.pesten.startpagina.nl](http://www.pesten.startpagina.nl)  
[www.mijnleerlingonline.nl](http://www.mijnleerlingonline.nl)  
[www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl)  
[www.usetolearn.nl](http://www.usetolearn.nl)  
[www.kinderconsument.nl](http://www.kinderconsument.nl)

## Hoofdstuk 4 Mobiele telefoon

### Literatuur

- Barnfield, G. (2005) 'Happy Slaps: Problem or Panic?' in *Intermedia* 33:4: 8-11.
- Boneva, B.; Quinn, A.; Kraut, R.; Kiesler, S.; Cummings, J.; Shklovski, I. (ter perse) 'Teenage communication in the Instant Messaging Era' in: R. Kraut, M. Brynin, and S. Kiesler (eds.), *Domesticating Information Technology*, Oxford University Press. Online: [www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf](http://www.cs.cmu.edu/~kraut/RKraut.site.files/articles/Boneva04-TeenCommunicationInIMEra.pdf)
- Bulck, J. van den (2003) 'Letter to the Editor. Text messaging as a cause of sleep interruption in adolescents, evidence from a cross-sectional study' in: *Journal of Sleep Research* 12: 263.
- Campbell, S. W., & Russo, T. C. (2003). 'The social construction of mobile telephony: An application of the social influence model to perceptions and uses of mobile phones within personal communication networks'. *Communication Monographs* 70 (4), 317-334.
- Campbell, S. W. (2006) Perceptions of Mobile Phones in College Classrooms: Ringing, Cheating, and Classroom Policies. *Communication Education*. July.
- Computer Idee (2006) 'Jonge tieners willen gadgets als statussymbool' in: *Computer Idee*. Online: [www.pcmweb.nl/artikel.jsp?rubriek=256618&id=1604571](http://www.pcmweb.nl/artikel.jsp?rubriek=256618&id=1604571)
- Hoeven, A. van der (2006) 'De mobiele telefoon in de klas? Ach, waarom niet?' in: *NVOX*, 31 (6): 274-276.
- Katz, J. E. (2005) 'Mobile phones in educational settings' in: K. Nyiri (ed.), *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna: Passagen Verlag: 305-317. Online: [www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/](http://www.scils.rutgers.edu/ci/cmcs/publications/articles/)
- Katz, J. E. and S. Sugiyama (2006). 'Mobile phones as fashion statements: evidence from student surveys in the US and Japan' in *New Media & Society* 8 (2): 321-337
- Laet, A. de (2006) 'Sms: aanslag op het Nederlands?' in: *Taalschrift* (6). Online: <http://taalschrift.org/reportage/001137.html>
- Ling, R. (2001) 'It is 'in'. It doesn't matter if you need it or not, just that you have it: Fashion and the domestication of the mobile telephone among teens in Norway' in: L. Fortunati (ed.) *The Human Body Between Technologies, Communication and Fashion*. Milano: Triennale
- Ling, R. (2004) 'Texting and the Growth of Asynchronous Discourse' in: *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann: 145-167.
- Ling, R. (2004) 'The Mobile Telephone and Teens' in: *The mobile connection: the cell phone's impact on society*. US: Morgan Kaufmann: 83-121.
- Lorente, S. (2003) 'Youth and mobile phones: something more than fashion' Conference *Front Stage/Back Stage: Mobile Communication and the Renegotiation of the Social Sphere*, Grimstad: Norway. Online: [www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper\\_Youth\\_and\\_mobile.pdf](http://www.itu.int/osg/spu/ni/ubiquitous/Papers/Paper_Youth_and_mobile.pdf)

- Naismith, L., Lonsdale, P., Vavoula, G., Sharples, M. (2005) *Literature Review in Mobile Technologies and Learning*, Report 11, Bristol, NESTA Futurelab. Online: [www.nestafuturelab.org/research/reviews/reviews\\_11\\_and12/11\\_01.htm](http://www.nestafuturelab.org/research/reviews/reviews_11_and12/11_01.htm).
- Oksman, V. & Rautiainen, P. (2002) 'Perhaps It Is a Body Part. How the Mobile Phone Became an Organic Part of the Everyday Lives of Children and Adolescents. A Case Study of Finland' in: J. E. Katz (Ed.) *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*. New Brunswick: Transaction: 293-308.
- Plant, S. (ongedateerd) *On the mobile: The effects of mobile telephones on social and individual life*. Online: [www.motorola.com/mot/doc/o/234\\_MotDoc.pdf](http://www.motorola.com/mot/doc/o/234_MotDoc.pdf)
- Sefton-Green, J. (2004) *Literature Review in Informal Learning with Technology Outside School*, Report 7, Bristol, NESTA Futurelab. Online: [www.nestafuturelab.org/research/reviews/07\\_01.htm](http://www.nestafuturelab.org/research/reviews/07_01.htm)
- Smeets, R. (2005) *Meiden pesten en chanteren via SMS*. Online: [www.mobilecowboys.nl/raarmaarwaar/1018](http://www.mobilecowboys.nl/raarmaarwaar/1018)
- Smeets, R. (2005) *SMSen naar je spijkerbroek!?* Online: [www.mobilecowboys.nl/sms/2523](http://www.mobilecowboys.nl/sms/2523)
- Smelik, A. (2006) 'Mode en de media: van haute couture naar beeldcultuur' in: Jan Brand en José Teunissen (red.), *De macht van mode. Over ontwerp en betekenis*. Arnhem: Terra, Artez Press: 152-171.
- Switch On. (2006) 'Mobiele telefoon: spin in sociale web jongeren' in: *Frederik Muller Congres*. Online: [www.frederikmullercongres.nl/](http://www.frederikmullercongres.nl/)
- Veen, W.; Jacobs, F. (2005) *Leren van jongeren: een literatuuronderzoek naar nieuwe geletterdheid*. Utrecht: Stichting SURF. [www.surf.nl/download/Leren\\_van\\_jongeren.pdf](http://www.surf.nl/download/Leren_van_jongeren.pdf)

## Websites

[www.kindermobiel.nl](http://www.kindermobiel.nl)  
[www.uvt.nl](http://www.uvt.nl)  
[www.schoolenveiligheid.nl](http://www.schoolenveiligheid.nl)  
[www.mtvnetworks.nl](http://www.mtvnetworks.nl)  
[www.talpa.tv](http://www.talpa.tv)

## Hoofdstuk 5 Computergames

### Literatuur

- Bryce, J. & Rutter, J. (2005) 'Gendered gaming in gendered space' in: Joost Raessens & Jeffrey Goldstein, *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Calvert, S.L. (2002) 'The social impact of virtual environments technology' in: K. M. Stanny (ed.) *Handbook of virtual environments technology*. Hillsdale, NJ: Erlbaum: hfst. 38. Online: <http://vehand.engr.ucf.edu/handbook/>
- Egenfeldt-Nielsen, S. (2005) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. Online: [www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf](http://www.itu.dk/people/sen/egenfeldt.pdf)
- Fromme, J. (2003) 'Computer Games as a Part of Children's Culture' in: *The International Journal of Computer Game Research*, vol. 3, no. 1.
- Gee, J. P. (2004) 'Learning about learning from a computergame: *Rise of Nations*.' Wisconsin-Madison: University of Wisconsin-Madison.
- Gee, J. P. (2005) 'Learning by design. Games as learning machines' in: *Interactive Educational Multimedia*, no. 8: 15-23.
- Jansz, J. & Martens, L. (2005) 'Gaming at a LAN event: the social context of playing video games' in: *New Media & Society*, vol. 7: 333-355. Online: <http://users.fmg.uva.nl/jjansz/jansz-martens.pdf>
- Jansz, J. (2005) 'The emotional appeal of violent video games for adolescent males' in: *Communication Theory*, vol. 15: 219-241. Online: <http://users.fmg.uva.nl/jjansz/violentgames>
- Kennedy, H. W. (2002) 'Lara Croft: Feminist Icon or Cyberbimbo? On the Limits of Textual Analysis' in: *The International Journal of Computer Game Research*, vol. 2, no. 2.
- Meyroos, J. (2006) *Seks in games*. Planet Internet. Online: [www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe](http://www.planet.nl/planet/show/id=75057/contentid=734219/sc=79ddfe)
- Newman, J. (2004) *Videogames*. London: Routledge.
- Nikken, P. (2006) *Seks in de media en kinderen*. Utrecht: NIZW Jeugd. Online: [www.jeugdenmedia.nl/](http://www.jeugdenmedia.nl/)
- Polman, H. (2005) *Gewelddadige videospellen en agressie*. Amsterdam: SWP.
- Prensky, M. (2005) 'Computer games and learning: digital game-based learning' in: Joost Raessens & Jeffrey Goldstein, *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge: MIT Press.
- Southwell, B. & Doyle, K. (2004) 'The good, the bad, or the ugly? A multilevel perspective on electronic game effects' in: *American Behavioural Scientist*, vol. 48, no. 4: 391-401. <http://abs.sagepub.com/cgi/reprint/48/4/391>
- Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (2002) 'Media Violence' in *Children, Adolescents, & the Media*. London: Thousand Oaks.
- Thompson, K. M. & Haninger, K. (2001) 'Violence in E-Rated Video Games' in: *JAMA*, vol. 286, no. 5: 591-598. <http://jama.ama-assn.org/cgi/reprint/286/5/591>
- Valkenburg, P. (2002) *Beeldschermkinderen, theorieën over kind en media*. Amsterdam: Boom.

## Websites

www.theesa.com  
www.qrius.nl  
www.marcprensky.com  
www.games2train.com  
www.wiredwithwisdom.org  
www.pegi.info  
www.nrc.nl

## Hoofdstuk 6 Televisie

### Literatuur

- Collins, R. L.; Elliott, M. N.; Berry, S. H.; Kanouse, D. E.; Kunkel, D.; Hunter, S. B. (2004) 'Watching sex on television predicts adolescent initiation of sexual behavior' in: *Pediatrics*, 114: 280-289.
- Dubbelman, T.; Smelik, A. & Wervers, E. (2005) *Geletterd kijken. Werken met beelden in de nieuwe onderbouw*. Enschede: SLO.
- Gunter, B. & Wykes, M. (2005) *The media and the body image. If looks could kill*. London: Sage Publications.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (2005) *Medien und Gewalt, Befunde der Forschung seit 1998*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Online: [www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/](http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Forschungsnetz/)
- Nikken, P. (2006) *Seks in de media en kinderen*. Utrecht: NIZW Jeugd.
- Pol, M. van der & Duijser, E. (2003) *Meting alcoholgebruik jongeren*. Amsterdam: NIPO het Marktonderzoekinstituut. [www.alcoholpreventie.nl/bestand/nipo2003.pdf](http://www.alcoholpreventie.nl/bestand/nipo2003.pdf)
- Pardoen, J. (2006) *Kinderen en media: Seks in de media*. Ouders Online: [www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm](http://www.ouders.nl/mmed2006-kijkennaarseks1.htm)
- Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (2002) *Children, adolescent's and the media*. California: Thousand Oaks.
- Tickle, J. J.; Sargent, J. D.; Dalton, M. A.; Beach, M. L. & Heatherton, T. F. (2001) 'Favorite movie stars, their tobacco use in contemporary movies and its association with adolescent smoking' in: *Tobacco Control* 10: 16-22.
- Ward, L. M. & Rivadeneyra, R. (1999) 'Contributions of entertainment television to adolescents' sexual attitudes and expectations: The role of viewing amount versus viewer involvement' in: *Journal of Sex Research*, 36: 237-249.
- Ward, L. M. (2002) 'Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation' in: *Journal of Youth and Adolescence*, 31: 1-15.

## Websites

[www.qrius.nl](http://www.qrius.nl)

[www.reklamerakkers.nl](http://www.reklamerakkers.nl)

[www.schooltv.nl](http://www.schooltv.nl)

[www.beeldbank.schooltv.nl](http://www.beeldbank.schooltv.nl)

[www.geheugenvannederland.nl](http://www.geheugenvannederland.nl)

[www.kijkwijzer.nl](http://www.kijkwijzer.nl)

## 8. Handige websites voor docenten

## Net-etiquette

- <http://web.inter.nl.net/users/Maurice.Makaay/>  
vertaling van de 'netiquette'
- [www.surfkit.nl/info/netiquette/home.jsp](http://www.surfkit.nl/info/netiquette/home.jsp)  
'netiquette'
- [www.talpa.tv](http://www.talpa.tv)  
De homepage van Talpa, met o.a. de etiquette van flirten via SMS.

## Campagnes over nieuwe media

- [www.stopdigitaalpesten.nl](http://www.stopdigitaalpesten.nl)  
Site van SIRE over digitaal pesten. Hier is informatie over digitaal pesten te vinden en er zijn tips voor jongeren, leerkrachten en ouders. Ook diverse links naar officiële instanties.
- [www.internetsoa.nl](http://www.internetsoa.nl)  
Campagne van [www.MijnKindOnline.nl](http://www.MijnKindOnline.nl). Site voor, met name, jongeren over seksueel overdraagbare aandoeningen die je via het internet kan oplopen. Uitleg over de verschillende internetsoa's, tips en links voor meer informatie en hulp.
- [www.digibewust.nl](http://www.digibewust.nl)  
Een site met informatie, tips en links over veilig gebruik van nieuwe media. Zowel voor docenten als voor ouders (met ook een hele lijst links voor docenten om internet te gebruiken in de les – 'internetten in de klas')

## Profielsites/ Chatsites/ Communities

- [www.sugababes.nl](http://www.sugababes.nl)  
Profiel site voor meisjes
- [www.superdudes.nl](http://www.superdudes.nl)  
Profiel site voor jongens
- [www.cuz.nl](http://www.cuz.nl)  
Profiel site
- [www.partypeeps2000.com](http://www.partypeeps2000.com)  
Profiel site
- [www.msn.nl](http://www.msn.nl)  
Via de messenger van MSN kan men met elkaar chatten. Daarnaast is MSN ook een actuele nieuws- en informatiesite.
- [www.hyves.nl](http://www.hyves.nl)  
Online-vriendennetwerk. Chatten, berichten sturen, foto's en filmpjes plaatsen, een blog bijhouden: alles kan op hyves.

## Informatie over jongeren & media

- [www.mijnkindonline.nl](http://www.mijnkindonline.nl)  
De website 'Mijn kind online' ondersteunt ouders bij veilig internetgebruik van hun kinderen.
- [www.mijnleerlingonline.nl](http://www.mijnleerlingonline.nl)  
Deze website ondersteunt docenten bij veilig internetgebruik van hun leerlingen.
- [www.kindermobiel.nl](http://www.kindermobiel.nl)  
Alles wat je moet weten over mobiele telefoons en kinderen. Met o.a. kostenbeheersing, gezondheid, persoonlijke veiligheid, belopvoeding en taalgebruik.
- [www.kijkwijzer.nl](http://www.kijkwijzer.nl)  
De Kijkwijzer waarschuwt ouders en opvoeders tot welke leeftijd een televisieprogramma of film schadelijk kan zijn voor kinderen. Daarnaast is er ook veel informatie te vinden over kinderen en media.
- [www.mediamakkers.nl](http://www.mediamakkers.nl) / [www.reklamerakkers.nl](http://www.reklamerakkers.nl)  
Media Makers/Reklame Rakkers heeft tot doel middelen en activiteiten te ontwikkelen die de mediavaardigheid en het commerciële bewustzijn bij jongeren tot en met 12 jaar vergroten.  
Reklame Rakkers is een onderdeel van Media Makers dat zich specifiek richt zich op het creëren van commercieel bewustzijn bij kinderen.
- [www.mediasmart.nl](http://www.mediasmart.nl)  
Media Smart is een programma voor mediawijsheid van jongeren tussen de 13 en 16 jaar in het voortgezet onderwijs. Op de site is veel informatie te vinden voor zowel jongeren als ouders en leerkrachten.
- [www.jeugdenmedia.nl](http://www.jeugdenmedia.nl)  
Nieuws, achtergronden en links over jeugd en media. Ook met publicaties, zelfs met thematische indeling.

## Leefwereld van jongeren

- [www.mtvnetworks.nl](http://www.mtvnetworks.nl)  
Site van MTV waar onder *Switch On* en *Reports* veel informatie staat met recente gegevens over de leefwereld van jongeren.
- [www.hetjongerenonderzoek.nl](http://www.hetjongerenonderzoek.nl)  
Site van het jongerenonderzoek. Dit wordt tweejaarlijks uitgevoerd door Qrius. De nadruk ligt op de fundamentele ontwikkelingen in de leefwereld van kinderen en jongeren.

## Onderzoek over nieuwe media

- [www.gw.utwente.nl/vandijk/research/digital\\_divide/Digital\\_Divide\\_overigen/digitale\\_kloof\\_wordt\\_dieper\\_va.pdf](http://www.gw.utwente.nl/vandijk/research/digital_divide/Digital_Divide_overigen/digitale_kloof_wordt_dieper_va.pdf)  
Een artikel over de digitale kloof die steeds dieper wordt. Handig om te lezen voor docenten die daar mee te maken hebben.
- <http://news.softpedia.com/news/ESA-S-2005-Essential-Facts-About-the-Computer-and-Video-Game-Industry-11841.shtml>  
Interessante feiten over computergebruik en spelletjes
- [www.let.uu.nl/tftv/nieuwemedia/images/uploads/bartdebakker.pdf](http://www.let.uu.nl/tftv/nieuwemedia/images/uploads/bartdebakker.pdf)  
Een onderzoek over nieuwe media met titels van bruikbare boeken en een korte samenvatting per boek.
- [www.rutgersnissogroep.nl](http://www.rutgersnissogroep.nl)  
Met o.a. een onderzoek onder 10.000 jongeren naar seks op het internet.
- [www.pewinternet.org/](http://www.pewinternet.org/)  
Hier staan verschillende (niet-wetenschappelijke) grootschalige onderzoeken op. Vooral ook onderzoeken naar mobiele telefoons en internetgebruik.
- <http://portal.omroep.nl/?nav=bgsHEEnCuoBbrB>  
Over verschillende media en het effect op kinderen.
- [www.theesa.com](http://www.theesa.com)  
The Entertainment Software Association met veel informatie over en onderzoek naar Games.
- [www.debalie.nl/dossierpagina.jsp?dossierid=22375](http://www.debalie.nl/dossierpagina.jsp?dossierid=22375)  
Centrum voor cultuur en politiek. Dossiers over (nieuwe) media en over mediakritiek.
- <http://ist-socrates.berkeley.edu/~nalnik/mobile.html>  
Een bronnenlijst van iemand die onderzoek doet naar mobiele telefoons.
- [www.socialscience.t-mobile.hu/2005/index.htm](http://www.socialscience.t-mobile.hu/2005/index.htm)  
Dit is een conferentie over leren in het mobiele tijdperk. Er staan een aantal onderzoeken bij die zinvol zijn.
- [www.slo.nl/themas/ICT/Artikel\\_over\\_de\\_rol\\_van\\_ICT\\_in\\_PrO.pdf](http://www.slo.nl/themas/ICT/Artikel_over_de_rol_van_ICT_in_PrO.pdf)  
ICT in het praktijkonderwijs: artikel over het toekomstperspectief van ICT in het praktijkonderwijs: welke richtingen zijn er?

## Lesmateriaal en workshops over nieuwe media

- [www.games2train.com](http://www.games2train.com)  
Games2train stands out in the world of learning and training for its Game-Based Learning approach - the ability to marry the fun of playing a videogame or computer game together with all the information needed to accomplish learning or training objectives.
- [www.schooltv.nl](http://www.schooltv.nl)  
Schooltv maakt tv-programma's en begeleidend materiaal voor peuters, leerlingen in het primair onderwijs en middelbare scholieren. Op de site is ook een beeldbank waar voor de verschillende leeftijdsgroepen informatieve videoclips te vinden zijn over allerlei onderwerpen.
- [www.ingebeeld.be](http://www.ingebeeld.be)  
INgeBEELD is een didactische reeks waarin beeldmateriaal centraal staat.  
INgeBEELD<sub>1</sub> is een mediamethode voor kleuters en eerste graad onderwijs. Deze methode voor 4-8 jarigen is de eerste in een reeks van drie.  
INgeBEELD<sub>2</sub>, geschikt voor de lagere school (leeftijd 6-12).  
INgeBEELD<sub>3</sub>, voor middelbare jeugd (leeftijd 12-18) zal de reeks afsluiten.
- [www.filmeducatie.nl](http://www.filmeducatie.nl)  
Bevat educatieve materialen over film.
- [www.filmeducatienoord.nl](http://www.filmeducatienoord.nl)  
Voor leraren, jongeren en culturele instellingen. Workshops en lesprogramma's.
- [www.krantindeklas.nl](http://www.krantindeklas.nl)  
Onderzoekt de combinatie kranten – jongeren. Maakt ook lesmaterialen die op de site te downloaden zijn. Ook enkele onderzoeken gepubliceerd over kranten en het gebruik ervan door jongeren.
- [www.cultuurnetwerk.nl/weblinks/digicursussen.htm](http://www.cultuurnetwerk.nl/weblinks/digicursussen.htm)  
Bieden verschillende cursussen en workshops aan.
- [www.docschool.nl](http://www.docschool.nl)  
Site van de IDFA voor docenten. Lesmateriaal voor docenten over documentaires.
- [www.goethe.de](http://www.goethe.de)  
Duitse site waar je via live-chatsessies je Duits kunt verbeteren. Klik op *Deutsch lernen* en dan *Niederlande*.
- [www.usetolearn.nl](http://www.usetolearn.nl)  
Een site over ICT-gebruik in het onderwijs. Voor alle soorten gebruik van ICT, achtergrondinformatie en educatieve opdrachten.
- [www.stichtingfilmset.nl/](http://www.stichtingfilmset.nl/)  
Nederlandse stichting die zich bezighoudt met film voor CKV-leerlingen. Verzorgt ook lesmateriaal en workshops voor leerlingen.

- [www.beeldengeluid.nl](http://www.beeldengeluid.nl)  
Het nieuwe instituut met uitgebreide archieven van radio en televisie. Over leren met beeld en geluid in het onderwijs: voor leerlingen en leraren. Met lesmaterialen en workshops.
- [www.stichtingfilmset.nl](http://www.stichtingfilmset.nl)  
Voor workshops en lessen op scholen en in filmhuizen over het filmvak.
- [www.digital-playground.nl](http://www.digital-playground.nl)  
De Digital Playground workshops bieden een combinatie van kunst, cultuur en digitale media. Door de lens van een digitale camera kijken de deelnemers op een andere manier naar kunst en cultuur in hun eigen stad of in een kunstinstelling.
- [www.monstermedia.nl](http://www.monstermedia.nl)  
Voor groep 7-8 van de basisschool. Kinderen leren op speelse wijze de gevaren van internet en de voordelen van internet: het mediabewustzijn van kinderen wordt gestimuleerd.
- <http://docent.kennisnet.nl/opdrachtvormen>  
Toepassing van nieuwe (media)werkvormen binnen het onderwijs. Wat zijn de mogelijkheden?
- <http://vo.exposeyourtalent.nl/>  
Films maken door jongeren van het voortgezet onderwijs.
- <http://web.kennisnet.nl/portal/websitemaker>  
Zelf aan de slag met websites
- [www.digischool.nl](http://www.digischool.nl)  
De Digitale School is een stichting die tot doel heeft alternatieve leerwegen aan te bieden aan leerlingen. Tevens ondersteunt zij leraren die deze leerwegen willen ontwikkelen en gebruiken. Daartoe heeft de stichting een educatieve website ontwikkeld die wordt onderhouden door ongeveer 35 docenten uit het primaire en het voortgezet onderwijs uit heel Nederland. In Vaklokalen bieden deze docenten gratis digitaal lesmateriaal aan. Via Vakcommunities wordt docenten een platform geboden waar zij nieuws en ondersteuning kunnen vinden en waar zij materiaal kunnen uitwisselen. Deze Vakcommunities komen tot stand in samenwerking met Kennisnet. Naast de website, draagt De Digitale School haar onderwijsvisie uit door middel van presentaties en workshops voor scholen en instellingen.
- [www.programmamatrix.nl/](http://www.programmamatrix.nl/)  
Lespakketten

## Media-educatie

- [www.infowarroom.nl/main.html](http://www.infowarroom.nl/main.html)  
Onderzoek naar de hedendaagse beeldcultuur. Centraal platform voor mediakritiek en beeldanalyse.
- [www.miramedia.nl](http://www.miramedia.nl)  
Mira Media is het landelijke kenniscentrum op het gebied van media in de multiculturele samenleving. Het is tevens de verbindende schakel tussen media en burgers in de multiculturele samenleving. Informatie voor iedere geïnteresseerde, er is een eigen bibliotheek aanwezig.
- [www.media-educatie.nl](http://www.media-educatie.nl)  
Site over media-educatie. Doel: het zelfstandig, kritisch en zinvol kunnen omgaan met oude en nieuwe media.
- [www.mediaeducatie.nl](http://www.mediaeducatie.nl)  
Site met informatie voor docenten en ouders over media-educatie. Diverse bronnen en links naar materiaal over media-educatie, lesmateriaal en andere educatieve middelen.
- [www.media-awareness.ca/english/index.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/index.cfm)  
Canadese site met en over lesprogramma's over media in het voortgezet onderwijs. Ook met onderzoeken.
- [www.angelfire.com/ms/MediaLiteracy/](http://www.angelfire.com/ms/MediaLiteracy/)  
Amerikaanse site over media-onderwijs.
- [www.transparencynow.com/](http://www.transparencynow.com/)  
Engelse site over mediakritiek en mediatheorieën.
- [www.marcprensky.com](http://www.marcprensky.com)  
Marc Prensky is op dit moment een van de meest belangrijke personen op het gebied van games en educatie (auteur van [www.games2train.com](http://www.games2train.com)).
- [www.mediafabriek.org](http://www.mediafabriek.org)  
Het Zuid-Hollandse platform voor ontwikkelingen op het gebied van nieuwe media in relatie tot kunst- en cultuureducatie.
- [www.jeugdpersbureau.nl/](http://www.jeugdpersbureau.nl/)  
Nederlandse site over jeugd en media. Jeugd Persbureau Nederland (JPN) is de landelijke motor achter de lokale Kinder- en Jongeren Persbureaus. Stichting JPN pleit voor een intensievere deelname van de jeugd aan de media. Bovendien stimuleert zij de ontwikkeling van een kritisch bewustzijn naar bestaande media.
- [www.slo.nl/vo/themas/00001/](http://www.slo.nl/vo/themas/00001/)  
Op de site van SLO wordt verwezen naar de verschillende onderzoeken en artikelen die lopen op het gebied van het nieuwe onderwijs en de toepassing daarvan. Deze website toont verschillende links die over dit thema gaan.

## Overige

- [www.cinekidstudio.nl/](http://www.cinekidstudio.nl/)  
Stichting Cinekid ([www.cinekid.nl](http://www.cinekid.nl)) zet zich in voor een kwalitatief hoogstaande beeldcultuur voor de jeugd. Jaarlijks organiseert Cinekid het Cinekid festival: een Film-, Televisie-, en Nieuwe Media-Festival voor kinderen van 4 t/m 16 jaar. Het festival vindt plaats in de herfstvakantie in Amsterdam.
- [www.geheugenvannederland.nl](http://www.geheugenvannederland.nl)  
Het Geheugen van Nederland is een grote digitale verzameling van illustraties, foto's, teksten, films en audiofragmenten, allemaal van eigen bodem.
- [www.pegi.info](http://www.pegi.info)  
De afkorting PEGI staat voor *Pan European Game Information*. Het is het eerste Pan-Europese classificatiesysteem voor computer- en videospelletjes. Het is bedoeld om ouders zekerheid te geven dat de inhoud van een spel geschikt is voor een bepaalde leeftijdscategorie.
- <http://vakcommunitiesvo.kennisnet.nl/>  
Hier kunnen leraren per vakgebied met elkaar discussiëren over wat zij voor hun vak willen binnen het onderwijs. Voor tips en ideeën dus.

SLO

Boulevard 1945 - 3  
7511 AA Enschede

Postbus 2041  
7500 CA Enschede

T 053 484 08 40  
F 053 430 76 92  
E [info@slo.nl](mailto:info@slo.nl)

[www.slo.nl](http://www.slo.nl)

slo