

1 Mediageletterdheid

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.¹ 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.

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 1 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.

2 Identiteit

Identiteit in de 21^e 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.

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 2 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.

3 Internet

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

¹ A. Smelik, *Zwemmen in het asfalt. Het behagen in de visuele cultuur*. Katholieke Universiteit Nijmegen, 2003: www.annekesmelik.nl (> Publications > Books).

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.

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 3 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.

4 Mobiele telefoon

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."²

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 4 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.

5 Computergames

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 op deze effecten. Verder is het aan te raden om de classificatiesystemen te bekijken en toe te passen.

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 5 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.

6 Televisie

² 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.

Televisie heeft intussen duidelijk educatieve functies op school gekregen. Dit 'nieuwe oude medium heeft ook nog redelijk wat invloed op de 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.

(Dit is een samenvatting van hoofdstuk 6 van de publicatie *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 tot 14 jaar, Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO*, Sammy Frankenhuis, Sanne van der Hagen, Anneke Smelik.