Vernieuwd!

Mediawijs in het voortgezet onderwijs

Levenswijs
Mediawijs !

Provincie Noord-Brabant

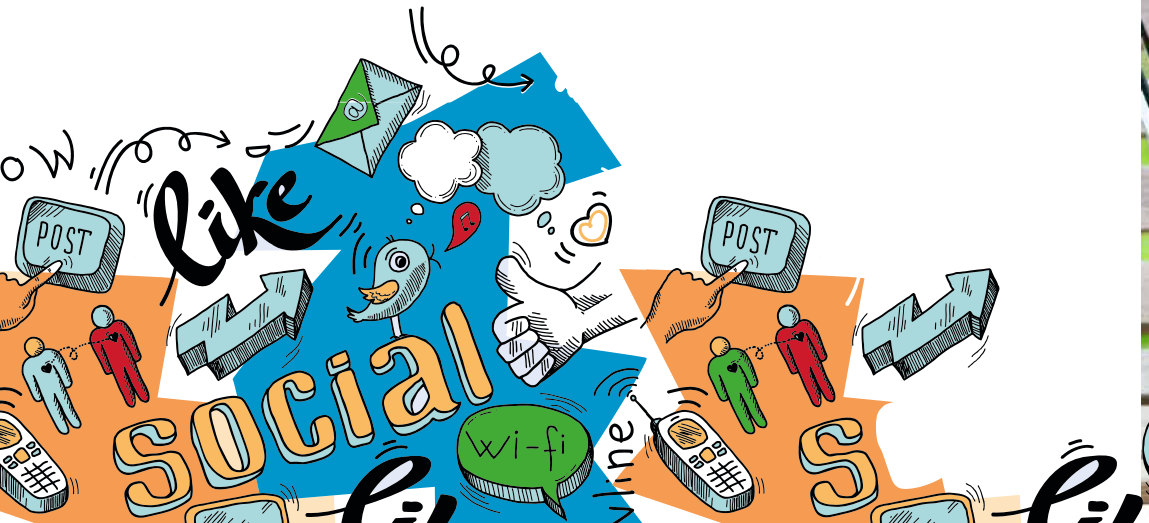
Cubiss Brabant

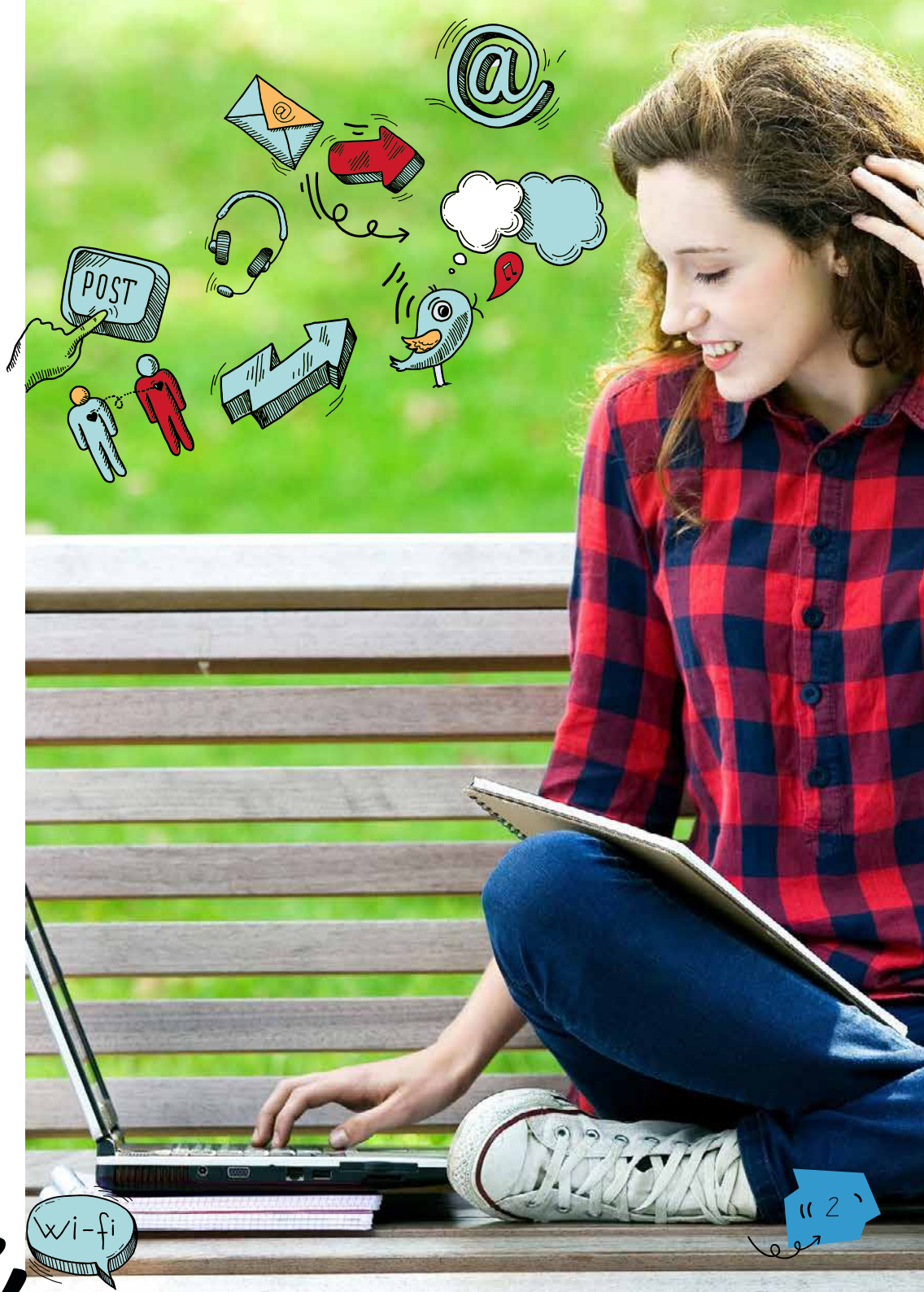
Inleiding

Levenswijs Mediawijs! is tot stand gekomen in samenwerking met De Nieuwste School in Tilburg. De Nieuwste School kenmerkt zich door 'eigentijds onderwijs' en wordt gezien als voorloper in het voortgezet onderwijs. 'Verwondering brengt je verder', zo luidt de missie van de school. Daarbij wordt uitgegaan van de nieuwsgierigheid van de leerling en het leren in een leergemeenschap op basis van respect en tolerantie. De school zoekt de juiste balans tussen de cognitieve en sociaal-emotionele ontwikkeling van jonge mensen. Met deze aspecten wil De Nieuwste School leerlingen een stevige basis meegeven. Mediawijsheid is in de huidige tijd een belangrijk onderdeel van deze stevige basis.

De Nieuwste School besteedt, met name in de onderbouw, veel aandacht en tijd aan het laten opbloeien van iedere leerling, door het ontdekken en ontwikkelen van zijn of haar talenten. Om dit te bewerkstelligen zet de school onder andere sterk in op mentorschap. Mentoruren bieden de uitgelezen gelegenheid om met leerlingen aan mediawijs gedrag te werken en zijn vervolgens een mooie opstap om mediawijsheid een vast onderdeel te laten worden van het curriculum. Deze publicatie biedt handvatten om mediawijsheid ook binnen uw school voor voortgezet onderwijs een plek te geven.

De titel *Levenswijs Mediawijs!* geeft de filosofie achter deze publicatie weer. De waarden voor gedrag die leerlingen meekrijgen van thuis en van school, zijn uiteindelijk ook de waarden die online gedrag bepalen. Onze overtuiging is dat een levenswijze leerling hierdoor ook op zal groeien tot een mediawijs mens.





1. Digital natives of digital naives?

Jongeren groeien op in een wereld waar het internet altijd heeft bestaan. Volwassenen gaan er daarom vaak vanuit dat jongeren nieuwe technieken automatisch begrijpen. Vanuit dit perspectief worden jongeren gezien als 'digital natives' ofwel 'digitale autochtonen', een term die in 2001 werd geïntroduceerd door Marc Prensky. Dit hoeft echter niet te betekenen dat alle jongeren zich bewust, kritisch en actief in het medialandschap kunnen voortbewegen, terwijl dit wel nodig is om te kunnen participeren in de huidige netwerksamenleving.

In onze ogen zijn jongeren 'digital naives' (digitale naïevelingen). Ze zijn minder goed geïnformeerd over de snelle technologische veranderingen en de vaardigheden die hierbij horen dan vaak gedacht wordt. Technologie heeft de manier waarop we samen werken en leven enorm veranderd. Deze technologische ontwikkelingen zetten zich in de nabije toekomst nog sterker door. Om jongeren hier goed op voor te bereiden is het van belang dat zij vaardiger worden in het omgaan met ICT, maar ook vertrouwd raken met andere vaardigheden (zoals communiceren, probleemoplossend vermogen en kritisch denken), de zogenaamde 21ste eeuwse vaardigheden.

Om jongeren in de huidige samenleving blijvend hun weg te kunnen laten vinden, is het belangrijk om hen mediawijs te maken. Jongeren blijken te beschikken over beperkte 21ste eeuwse vaardigheden en zijn ook niet goed in het reflecteren op hun eigen mediagebruik. Dit is een van de conclusies van ICT- en onderwijsexpert Amber Walraven in haar onderzoek voor de Mediawijzer.net Stimuleringsregeling 2014. Zij deed onderzoek naar mediawijsheid onder docenten in het voortgezet onderwijs en mbo.

Uit **de monitor** blijkt dat:

- De meeste jongeren bewust gebruik maken van digitale media, afhankelijk van het doel: vrije tijd, persoonlijke ontwikkeling of schoolwerk.
- Er grote verschillen in mediagebruik zijn tussen jongeren van verschillende leeftijden, onderwijsniveaus en geslacht.
- Meisjes gebruiken sociale media consequent meer om school- en huiswerk samen met klasgenoten te maken dan jongens.

Deze monitor brengt in beeld hoe jongeren media inzetten voor school en hobby's, vooral digitale media als tablets, smartphones en laptops. De uitkomsten zijn representatief voor Nederlandse jongeren van 10 tot en met 18 jaar.

Mary Berkhout, programmamanager van Mediawijzer.net: "Media bieden jongeren nieuwe en andere manieren van leren. Uit het rapport blijkt ook dat jongeren van 13-18 en lager opgeleide jongeren meer mediawijsheid-onderwijs willen. Ze willen dus niet alleen meer mediagebruik in de les, maar ook leren er wijs mee om te kunnen gaan."

Real life aanleidingen om met mediawijsheid aan de slag te gaan:

- **De klas heeft een WhatsApp groep aangemaakt om informatie over huiswerk met elkaar uit te wisselen. Eén leerling is niet uitgenodigd voor de groep en voelt zich buitengesloten.**
- **Een leerling heeft via de WhatsApp groep van de klas een privébericht gedeeld dat hem/haar is toevertrouwd door een andere leerling. Al snel is de hele school op de hoogte.**
- **Leerlingen hebben privégegevens van een docent gevonden op het internet. De foto's worden uitgebreid gedeeld via Facebook en WhatsApp.**
- **Een 12-jarig meisje stuurde een intieme foto naar een vriendin en wordt sindsdien gepest, bedreigd en uitgescholden.**

"Snapchat is gewoon supercool omdat je altijd kan zien wat mensen de hele dag doen. Lekker de hele dag mensen lastig vallen met foto's. Heel veel spammen. En omdat je weet dat dat bij Snapchat hoort, kun je dat gewoon doen!" Een 15-jarig meisje legt op 3FM uit waarom ze Snapchat gebruikt.

"Het is een nieuwe manier van digitaal aftasten. Het hoort bij deze tijd van WhatsAppen en Snapchat." Francien Regelink (-28 jaar-), schrijfster van het boek Francien laat je tieten nog eens zien. In haar boek vertelt ze over haar ervaring met sexting en de gevolgen ervan. Toen ze 15 jaar was, maakte zij een foto van haar borsten en stuurde dat aan de coolste jongen van de school, in de veronderstelling dat het 'for his eyes only' was. Daar dacht hij anders over.

2. Generatie Z

Bijna een kwart van de Nederlandse bevolking is inmiddels geboren na 1996. Deze generatie wordt ook wel post-millennials, of wel Generatie Z genoemd. Post-millennials zouden digital natives zijn dankzij het gemak waarmee ze omgaan met digitale technologie. Ze zijn opgegroeid met internet, iPad en Smartphone. Deze groep heeft andere waarden en maakt andere keuzes dan de generatie millennials.

Millennial

2 schermen
Tekstuele communicatie
Dingen delen
Focus op nu
Optimist
Wil ontdekt worden

Generatie Z

5 schermen
Visuele communicatie
Dingen maken
Focus op de toekomst
Realist
Wil werken voor succes

Bron: infographic Marketo

René Boender en Jos Ahlers, schreven in 2011 het boek 'Generatie Z'. Hierin wordt de Generatie Z beschreven als een open wereldburger, met een grote handigheid in interactieve nieuwe media. Vier jaar later is er al veel meer bekend over hoe deze nieuwe generatie zich ontwikkelt, en rijst de vraag:
zijn deze jongeren wel zo handig met nieuwe media?

Generatie Z is opgegroeid met het idee uniek en bijzonder te zijn. Jongeren weten hoe ze met sociale media een perfect beeld van zichzelf kunnen neerzetten. Met een Instagram-filter ziet alles en iedereen er fris en fruitig uit. De keerzijde is dat iedereen dit kan en het unieke er dus af is. Uit onderzoek van Trendwolves blijkt dat om die reden jongeren New Modesty zo belangrijk vinden. Geen looks en likes, daar onderscheid je je niet mee. Generatie Z uit zich graag in het normale en alledaagse. Een mooi voorbeeld hiervan is de trend normcore , die zich kenmerkt in merkloze, pretentieloze en normaal uitziende kleding. Maar normcore gaat verder dan alleen kleding, het is een levenswijze.

Deze 'digital natives' doen veel verschillende dingen tegelijkertijd: WhatsAppen, muziek luisteren, huiswerk maken en chatten. Een andere naam voor de Generatie Z is dan ook Generatie M (multitasking). Er wordt vaak gedacht dat multitaskende jongeren hierdoor speciale vaardigheden ontwikkelen, zoals het goed kunnen filteren van irrelevante informatie. Dit beeld is echter al weer aan verandering onderhevig, aangezien uit onderzoek blijkt dat het puberbrein meer moeite heeft met multitasken dan het volwassen brein. Zo zag psycholoog Paul Kirschner in zijn onderzoek dat studenten die tijdens het studeren vaak op Facebook zitten, duidelijk slechtere studieresultaten hadden. Hij denkt niet dat er digital natives bestaan. Het feit dat mensen handig zijn met moderne technologie, wil nog niet zeggen dat ze daar ook effectief mee kunnen omgaan. Hoogleraar Niels Taatgen onderzoekt ook wat er in het brein gebeurt als we multitasken. Hij laat zien dat we daar slecht in zijn: als we tegelijkertijd twee taken moeten doen waarbij we informatie moeten verwerken, raken de hersenen overbelast.

STILLE GENERATIE
Geboren tussen 1930-1940

Ook wel: Geraniumzitters
Jong tijdens: wederopbouw
Kenmerken: plichtsgetrouw, harde werkers

GENERATIE X
Geboren tussen 1955– 1970

Ook wel: Generatie Nix, Verloren Generatie
Jong tijdens: economisch verval, jeugdwerkeloosheid
Kenmerken: praktisch, zelfredzaam, no-nonsense mentaliteit

GENERATIE Y
Geboren tussen 1980-1994

Ook wel: Prestatiegeneratie Grenzeloze generatie, generatie Next, Millenials, screenagers, echoboomers, digitale generatie, mediageneratie, game generation, Generatie Einstein, Google generatie, achterbank generatie, knip & plak generatie, PeterPan Generatie,
Jong tijdens: informatietijdperk, dreiging van terroristische aanslagen
Kenmerken: authentiek, zelfverzekerd, actief op internet, gemakzuchtig

GENERATIE ALPHA
Geboren tussen 2000-2011

Ook wel: google kids, gen A
Jong tijdens: economische malaise, bezuinigingen, groeiende technologische kennis
(Verwachte) kenmerken: beter opgeleid dan ooit, materialistisch

1930-1940 | 1940-1955 | 1955-1970 | 1970-1985 | 1980-1994 | 1990-2000 | 2000-2011

BABYBOOM
Geboren tussen 1940-1955

Ook wel: protestgeneratie
Jong tijdens: stijgende welvaart
Kenmerken: vrije moraal, zelfontplooiing, onvrede

Pragmatische generatie
Geboren tussen 1970-1985

Ook wel: patatgeneratie
Jong tijdens: groeiende keuzemogelijkheden: alles is mogelijk
Kenmerken: levensgeluk als hoogste doel, zelfontplooiing, passiviteit

GENERATIE Z
Geboren tussen 1990-2000

Ook wel: Digital Natives, Netgeneratie, M(ultitasking) generatie, Generatie I, iGeneration, Generatie Yi
Jong tijdens: digitale tijdperk, economische crisis
Kenmerken: internet is vanzelfsprekend, multitasken

Bron: Youngworks

2.1 Jongeren en online gedrag

Jongeren zijn veel online, voornamelijk voor sociale contacten en tijdverdrijf. Ze spreken via WhatsApp met vrienden af, checken Facebook voor de leukste feestjes, posten een nieuwe foto op Instagram, delen fun-foto's via Snapchat en kijken tv-series via Netflix. Net als in het 'echte' leven zijn veel jongeren meer met zichzelf en hun vrienden bezig, dan met de wereld om hen heen. Jongeren en social media klikken dus, maar online zijn heeft naast vele voordelen ook risico's. Hoe zorgen we er voor dat jongeren zich veilig op het internet bewegen? Welk gedrag is wenselijk? Het is verstandig om social media op een bewuste manier te gebruiken en in te zetten in de klas.

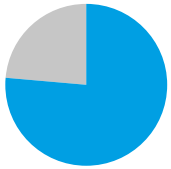
"Mijn moeder heb ik al lang geblokkeerd op Facebook. Soms zet ik er dingen op die zij niet hoeft te weten. En ik zie haar de hele dag al, dan hoef ik haar niet ook nog op Facebook te zien. Blokken is supermakkelijk, dus dat heb ik gedaan." Een 15-jarig meisje vertelt op 3FM over Facebook.

Nationale Sociale Media onderzoek 2015

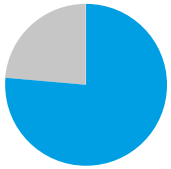
Onderzoeksbureau **Newcom** deed samen met 3FM een onderzoek naar social mediagebruik onder jongeren. Onderdeel van dit onderzoek is het meten van het social mediagebruik onder jongeren. Enkele conclusies uit het rapport:

- Opmars Instagram en LinkedIn onderen jongeren tussen 15-24 jaar;
- Jongeren haken voornamelijk af op Twitter;
- Zorgen over doorverkoop van gegevens nemen toe naarmate men ouder is;
- Jongeren volgen voornamelijk bekende merken en artiesten via social media.

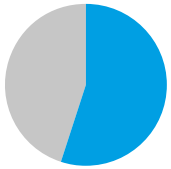
Top 3 Social Media onder 15 tot 19-jarigen



78% zit op Faceook



78% zit op Youtube



55% zit op Instagram

Uit de praktijk

Het is nuttig om leerlingen te laten reflecteren op hun gedrag op social media. Hiervoor ontwikkelde Cubiss een workshop 'Social Media voor Brugklassers' en testte deze bij 30 brugklassers van De Nieuwste School. De workshop bestaat uit 4 lessen van 1 uur en is bedoeld om leerlingen de mogelijkheden van social media te laten ervaren. Deze workshopreeks bleek een waardevolle toevoeging op het social media protocol dat de school al had.

3. Mediawijsheid en de 21ste eeuwse vaardigheden

3.1 Wat is mediawijsheid?

Mediawijsheid is een breed begrip. Het gaat om het bewust en actief inzetten van alle beschikbare media - digitaal en analoog -, om de kwaliteit van het eigen leven te vergroten én ervoor te zorgen dat je optimaal kunt deelnemen aan de wereld om je heen. Bij mediawijsheid gaat het niet (alleen) om technische vaardigheden, maar vooral om competenties als informatieverwerking, begrip, zelfinzicht (reflectie) en het vermogen om mediaproblemen zelfstandig op te lossen of nieuwe creatieve toepassingen te ontwikkelen.

3.2 Hoe meet je mediawijsheid?

Om mediawijsheid te kunnen meten, formuleerde Mediawijzer. net 10 competenties in het Competentiemodel Mediawijsheid. Elke competentie is uitgewerkt in 5 niveaus. Dit model is ontwikkeld op basis van de inzichten en ervaringen van experts.

Voor meer informatie kun je tevens dit verhelderende uitlegfilmpje bekijken van Don Zuiderman, docent ICT & Onderwijs aan de Hogeschool Utrecht.

competentiegroepen

competenties
een competentie heeft drie componenten: kennis, vaardigheden en houding; bij elk van de mediawijsheidcompetenties gaat het dus om zowel kennis, vaardigheden als houding

Begrip			*Gebruik*		*Communicatie*			*Strategie*	
Inzicht hebben in de media-lisering van de samenleving	Begrijpen hoe media gemaakt worden	Zien hoe media de werkelijkheid kleuren	Apparaten, software en toepassingen gebruiken	Oriënteren binnen media-omgevingen	Informatie vinden en verwerken	Content creëren	Participeren in sociale netwerken	Reflecteren op het eigen mediagebruik	Doelen realiseren met media

Media

passief *inzicht hebben in de werking van media* | ***actief*** *zelf gebruiken van media* | ***interactief*** *uitwisselen met anderen via media* | ***effectief*** *omgaan met media*

Bron: **Mediawijzer.net**

3.3 Wat zijn nu de 21ste eeuwse vaardigheden?

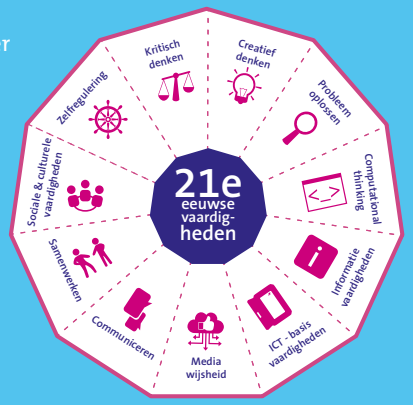
Binnen het onderwijs speelt continu de vraag welke kennis en vaardigheden van belang zijn om leerlingen voor te bereiden op een plek in de snel veranderende maatschappij om hen heen. SLO en Kennisnet ontwikkelden begin 2016 een nieuw, meer gedetailleerd model van de 21e eeuwse vaardigheden. Dit model omschrijft elf vaardigheden die leerlingen in hun latere leven nodig hebben. En die ze zich nu in het onderwijs eigen moeten maken.

Het nieuwe model voor 21e eeuwse vaardigheden bouwt voort op het oude, dat is ontwikkeld door Kennisnet. Een belangrijk verschil met het oorspronkelijke model is dat het onderwerp 'digitale geletterdheid' niet meer zelfstandig voorkomt. Het is uitgesplitst in de vier zelfstandige vaardigheden: 'ICT-basisvaardigheden', 'mediawijsheid', 'informatievaardigheden' (het omgaan met grote hoeveelheden informatie) en 'computational thinking'.

Het SLO heeft eerder in opdracht van OCW onderzoek gedaan en dit **rapport** uitgebracht waarin een beschrijving wordt gegeven van alle vaardigheden, inclusief een nadere omschrijving van digitale geletterdheid.

Meer informatie over het nieuwe model tref je aan op de website van het **SLO**.

Mediawijsheid is dus een competentie van de 21e eeuwse vaardigheden.



Uit het onderzoek *Digitale geletterdheid en 21e eeuwse vaardigheden in het funderend onderwijs* blijkt dat de 21e eeuwse vaardigheden nog weinig doelgericht en structureel aan bod komen in het huidige onderwijs. Er is slechts beperkte aandacht voor de vaardigheden in landelijke leerplankaders, en in reguliere methodes komen ze nog weinig substantieel en systematisch voor.

Vooral de competenties 'creatief' en 'probleemoplossend denken en handelen' en 'digitale geletterdheid' zijn in het huidige onderwijs nog maar amper uitgewerkt.

Remco Pijpers van Kennisnet: "Scholen zitten te springen om materiaal waarmee ze de 21e eeuwse vaardigheden een plaats kunnen geven in hun onderwijs."

Het Competentiemodel Mediawijsheid in het nieuwe model van de 21e eeuwse vaardigheden is uitgewerkt in inhouden en doelen. Daarbij zijn vijf thema's benoemd die aan bod komen in of raakvlakken hebben met de kerndoelen en eindtermen:

- **Medialisering van de samenleving:** bewust zijn van en inzicht hebben in de medialisering van de samenleving, en het effect daarvan vanuit verschillende perspectieven (politiek, beleid, maatschappij, cultuur, individu) kunnen belichten;
- **Media en beeldvorming:** bewust zijn van en inzicht hebben in de manier waarop media de werkelijkheid kleuren, de rol herkennen die media kunnen vervullen bij beeldvorming en overdracht van normen en waarden, op welke manier media van invloed zijn op beeldvorming en overdracht van normen en waarden;
- **Media, ICT-(basis)vaardigheden en informatievaardigheden:** om kunnen gaan met apparaten, software en toepassingen, kennis en vaardigheden in toepassingen die privacy en veiligheid moeten waarborgen, basis-vaardigheden die zich richten op het toewijzen van informatie en het bewust en kritisch gebruiken van informatie;
- **Creëren en publiceren van media:** begrijpen hoe media gebruikt worden, zelf media kunnen produceren en creëren en daar doelen mee kunnen realiseren en daarop reflecteren;
- **Media, participatie en identiteit:** doelbewust participeren in sociale netwerken, samen met anderen, en daarop kunnen reflecteren; de veiligheid, privacy en de participatie van zichzelf en anderen bewaken en beschermen.

In de uitwerking van het Competentiemodel Mediawijsheid staan de thema's waarbij het gaat om de competentie 'begrip' vooraan, gevolgd door de thema's waarbij 'gebruik', 'creatie' en 'participatie' juist centraal staan. Mediawijsheid is hiermee een belangrijk onderdeel van digitale geletterdheid en heeft raakvlakken met ICT-(basis) vaardigheden en informatievaardigheden.

Bron: http://curriculumvandetoekomst.slo.nl/21e-eeuwse-vaardigheden/mediawijsheid

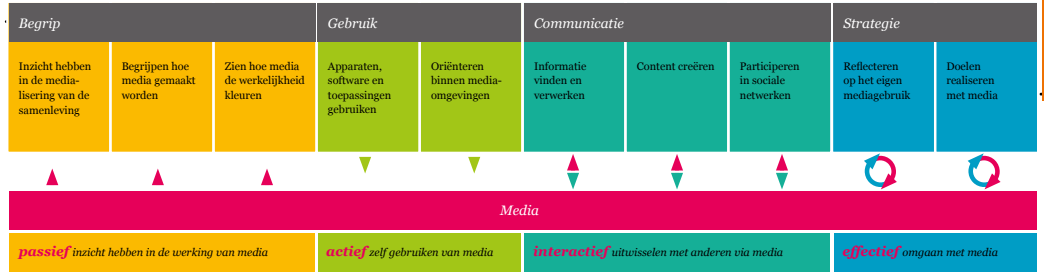
4. Mediawijsheid in het Voortgezet Onderwijs

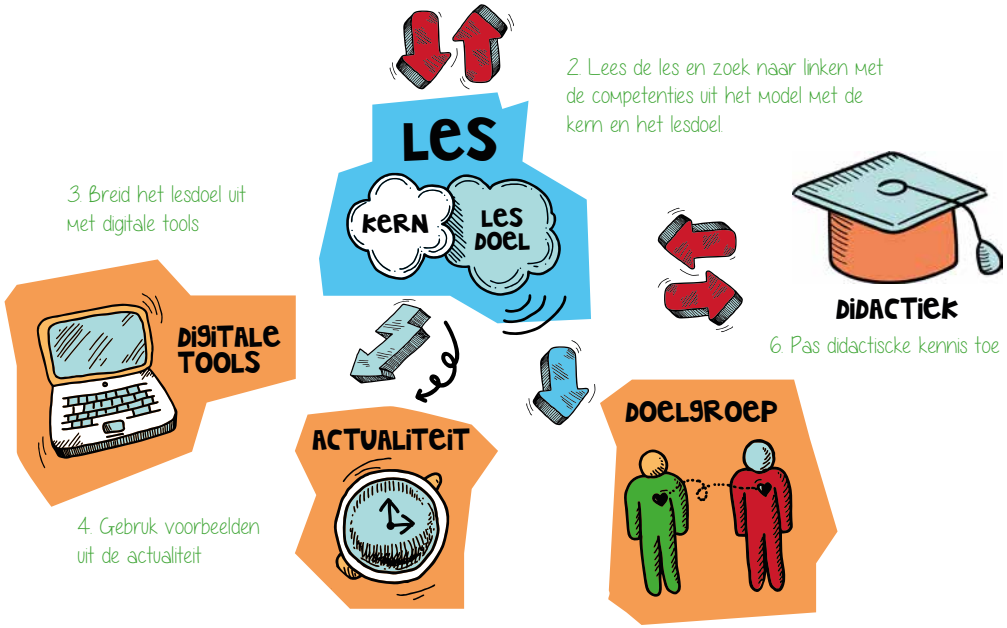
Implementatie van mediawijsheid op een school is maatwerk en daardoor een behoorlijk complexe onderneming. Aan de hand van de ervaringen die we samen met De Nieuwste School hebben opgedaan, proberen we je te inspireren hiermee aan de slag te gaan. Mediawijsheid is continu in beweging en stopt nooit. Mediawijsheid is té belangrijk en verdient een vaste plek in het onderwijs. Het is tijd om keuzes te maken en op mediawijsheid in te spelen! Mediawijsheid behoort idealiter thuis in het curriculum van de school. Onze aanbeveling is een start te maken door mediawijsheid als vast thema te behandelen in de mentoruren.

5. Stap voor stap mediawijs

Mediawijsheid is goed te integreren in bestaande mentorlessen. 'Mentortijd' ontwikkelt mentorlessen die op iedere school inzetbaar zijn. Voor deze publicatie is het lespakket 'de Roddelkrant' uitgebreid met mediawijze componenten. Pas de Roddelkrant toe in je eigen lespraktijk of gebruik de les ter inspiratie om mediawijsheid toe te voegen aan je eigen lessen op school.

1. Start met het bekijken van het competentiemodel van Mediawijzernet





Welk lesmateriaal past bij mij?

Hoe geef je mediawijsheid een vaste plek binnen het voortgezet onderwijs? Lesmateriaal voor leerlingen is er genoeg, maar welk materiaal past bij welke leerling? Als het gaat om lessen op het gebied van mediawijsheid, is er nogal wat te kiezen. Om het onderwijs hiermee te helpen om een keuze te maken uit deze grote hoeveelheid, hebben wij een **selectie** gemaakt met behulp van de volgende criteria.

- Wordt er geleerd door contextrijk te doen?
- Wordt er geleerd vanuit de belevingswereld van de doelgroep of door het nabootsen van een bestaand beroep?
- Levert de les (het product) een concreet resultaat op?
- Wordt er, al of niet tussentijds, gereflecteerd op wat er is gedaan?
- Benadrukt de les (het product) in eerste instantie de kansen van (nieuwe) media en eventueel pas in tweede instantie de gevaren?

TIP: Speel het EduCanvas om samen projectmatig mediawijze lesontwerpen te maken. Het EduCanvas is een fysiek bord(spel) waarmee docenten met behulp van werkbladen, kaarten en spelmaterialen aan de slag gaan met het projectmatig ontwerpen van onderwijs. Meer informatie via educatie@cubiss.nl

"Als mentor sta ik open voor mijn leerlingen. Zolang ik de doelen helder heb kan ik mijn leerlingen ruimte en inspraak geven: zij komen dan vanzelf met allerhande vraagstukken rondom media. Die we dan samen kunnen oppakken"

Paul Pelle - De Nieuwste School

Project 'de Roddelkrant' draagt bij aan het bewustmaken van leerlingen over het ontstaan en voorkomen van pesten. Tijdens het project worden leerlingen uitgenodigd om in groepjes een

Roddelkrant te maken, waarbij na een aantal lessen aan de groep wordt voorgelegd wat de mogelijke consequenties zijn van de roddels die ze de wereld in brengen. Bekijk hier het project.

Deze aanpak werkt alleen wanneer jongeren gemotiveerd zijn hieraan deel te nemen. Hoe pak je dit aan?

- **Leg de jongeren uit waarom deze aanpak belangrijk is. Dit verhoogt de waarde om mee te doen;**
- **Investeer in goed contact met de jongeren;**
- **Geef waardering voor inzet;**
- **Check altijd de kennis die al aanwezig is bij de jongeren;**
- **Laat indien mogelijk de jongeren elkaar dingen uitleggen;**
- **Verras de jongeren.**

Doorlopende lijn Mediawijsheid

Cubiss heeft in opdracht van de Provincie Noord-Brabant en in samenwerking met de Brabantse bibliotheken en het onderwijs de doorlopende lijn Mediawijsheid ontwikkeld. Deze publicatie is het derde deel, hiervoor volgen de delen:

Samen wijs met media!
Hoe om te gaan met mediawijsheid bij de allerkleinsten.

Eigenwijs..? Mediawijs..!
Een praktische aanpak om mediawijsheid te implementeren in het Primair Onderwijs.

De vierde publicatie gericht op het MBO verschijnt later in 2016.

Bronnen

- Boyd, D. (2014) It's Complicated, the social lives of networked teens, Yale University Press, New Haven & London http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf
- Kirschner, P. (2013). Knopvaardig is wat anders dan digitaal geletterd. In: 4W. Weten wat werkt en waarom (2-2013). http://4w.kennisnet.nl/artikelen/2013/03/08/knopvaardig-digitaal-geletterd
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. On the Horizon, 9(5), 1-6.
- Walraven, A. (2014) Mediawijsheid in het voortgezet en middelbaar beroepsonderwijs: achtergronden en percepties, ITS, Radboud Universiteit Nijmegen.
- http://blog.youngworks.nl/wp-content/uploads/2011/07/tijdlijn.pdf
- http://www.slo.nl/nieuws/toekomst-funderend-onderwijs
- www.motivatiebinnenstebuiten.nl
- http://www.ukrant.nl/magazine/multitasking#./multitasking?&_suid=142503241974105490567312679 29
- http://www.npowetenschap.nl/programmas/de-kennis-van-nu-tv/uitzendingen/2015/februari/het-afgeleide-brein.html
- www.denieuwsteschool.nl

Colofon

Deze publicatie is een initiatief vanuit het BNB-project Taal & Media voor Jeugd en Jongeren (2013-2015) en doorontwikkeld vanuit het project Vergroten Mediawijsheid dat Cubiss uitvoert in opdracht van de Provincie Noord-Brabant.

Auteurs | Mirjan Albers, Cubiss
Marieke Hezemans, Cubiss
Paul Pelle, mentor De Nieuwste School en eigenaar van Mentortijd

Redactie | Swaans Communicatie

Ontwerp | Ingrid de Jong, Cubiss
Ontwerpbureau Imageau

Mede mogelijk gemaakt door Provincie Noord-Brabant.
Versie maart 2016