

Afstudeerplan

Quinten Ooms

Kinderopvang Mundo

mail@quintenooms.nl

20 februari 2019 – Versie 2

Contactgegevens

Student

Naam Quinten Ooms
Email mail@quintenooms.nl
Portfolio <https://quintenooms.nl>

Opleiding

Instelling Rotterdam University of Applied Science
Faculteit CMI
Opleiding Communicatie- & Multimediadesign

Afstudeerbedrijf

Organisatie

Naam Kinderopvang Mundo
Adres Marconiweg 2c
Postcode, plaats 3112EP, Schiedam
URL <https://kinderopvangmundo.nl>

1. Persoonlijke motivatie

Een aantal maanden na het starten van mijn CMD-opleiding in 2015, kwam ik via via op gesprek bij Kinderopvang Mundo. Op het servicebureau solliciteerde ik naar de functie 'Online Marketing'.

Ik mocht aan de slag voor een dag in de week en mocht mijn enthousiasme die ik vanuit mijzelf en mijn nieuwe opleiding opbouwde iedere vrijdag toepassen in de praktijk. Dit heeft mij gedurende mijn opleiding geholpen sneller te professionaliseren en te experimenteren.

Een afstudeerstage bij Mundo zie ik als een mogelijkheid om niet alleen mijn opleiding maar ook mijn tijd bij de organisatie met groot project af te sluiten. Mundo is actief op zoek naar innovatie op digitaal (communicatief) gebied en biedt mij daarom de ruimte om een afstudeertraject met een CMD-gerelateerd vraagstuk op te lossen.

Het onderwerp voor mijn afstudeertraject is mediawijsheid. Mijn motivatie voor dit onderwerp ontstond toen ik begon te reflecteren op mijn eigen digitale leerproces terug in de jaren '00. Internettoegang was beperkt tot een aantal vaste touchpoints. Daarnaast verliep mijn communicatie met leeftijdsgenoten enkel analoog of sporadisch via MSN.

Tegenwoordig is er in mijn ogen te spreken van een 'digitale overdaad'. Touchpoints zijn er overal en steeds jonger hebben kinderen al via een persoonlijk apparaat toegang tot het (volledige) internet. Hoe kinderen hier mee leren om gaan vind ik een ongelooflijk interessant vraagstuk.

2. Praktijkopdracht

2.1 Opdrachtgever

De opdrachtgever en case owner is Kinderopvang Mundo. De organisatie heeft al meer dan 40 jaar kinderopvanglocaties in de regio Rijnmond. Het doel van Mundo is het zijn van een 'wereldopvoeder'. Dat houdt in dat zij kinderen nieuwsgierig met de mensen, de natuur en de dynamiek van de wereld willen verbinden.

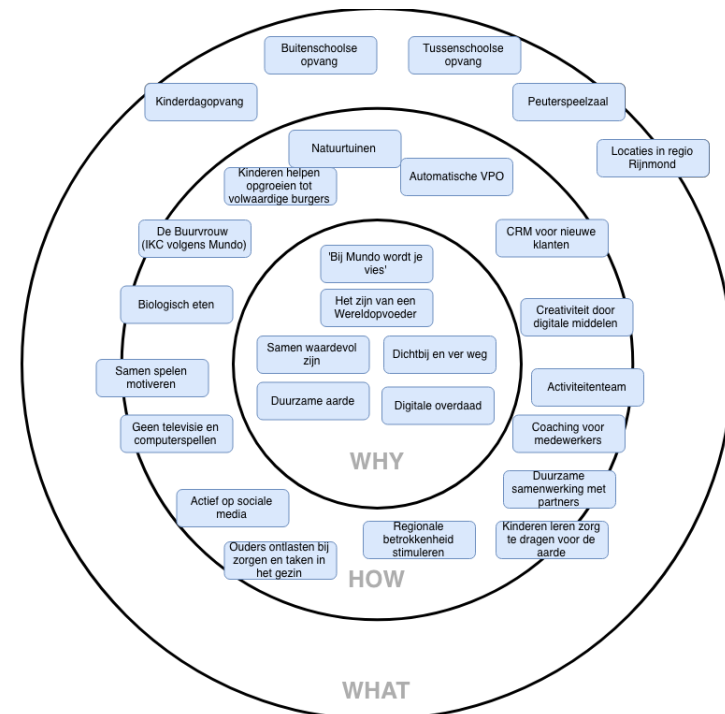
In de praktijk zie je dit bijvoorbeeld terug in de natuurtuinen van de locaties. Ruw opgezette speeltuinen waar kinderen 'vies mogen worden'. Ook wordt er nauw gelet op voeding en organiseert een organisatie breed 'Activiteitenteam' voor avontuurlijke activiteiten zoals een surfkamp en boomklimmen.

Een recent thema is het aanmoedigen van mannen in de kinderopvang onder het programma 'Tjonge jonge Jongens'. Stoeien, ravotten en niet kunnen stilzitten hoort volgens de Mundo nu eenmaal ook thuis op een kinderopvang.

De praktijkvraag voor dit afstudeertraject sluit aan bij het thema 'digitale overdaad' in de visie van Kinderopvang Mundo. Zij merken dat kinderen opgroeien in een werkelijkheid waar zij 24/7 online kunnen zijn. Tijdens de opvang kiest Mundo er bewust voor geen televisie of computerspellen aan te bieden. De organisatie vindt echter wel dat digitale middelen creativiteit bij de kinderen kunnen stimuleren. Het Activiteitenteam werkt hier dan ook mee.

Kinderopvang Mundo vindt digitale middelen waardevol en inzetbaar mits dit in een veilige fysieke en digitale omgeving gebeurt. Bijgevoegd

Mundo als organisatie gezien volgens de Gouden Cirkel van Simon Sinek.



Afb. 1 – Mundo als organisatie ingevuld in de gouden cirkel van Simon Sinek.

2.2 Praktijkvraag

Hoe bevorderen wij op duurzame wijze mediawijsheid bij onze kinderen op de buitenschoolse opvang?

Context en toelichting over dit vraagstuk is te vinden in hoofdstuk 3.1.

2.3 Doelstelling opdrachtgever

Kinderopvang Mundo is van mening dat mediaopvoeding ook thuishoort op de buitenschoolse opvang. De organisatie ziet het als doel kinderen vertrouwd te laten raken met media. Ze geven aan een trend te zien waarin vooral de gevaren van digitale media worden geleerd aan kinderen. Mundo vindt dat kinderen baat kunnen hebben bij een positief vertrekpunt.

Mundo vindt dat mediaopvoeding niet enkel bij de ouders mag liggen. Er liggen kansen in het stimuleren van mediaopvoeding in een professionele setting. Op school leren kinderen al vele cognitieve vaardigheden waaronder ook het inzetten van digitale media. Op een buitenschoolse opvang ontwikkelt een kind vooral sociale vaardigheden naast het cognitieve element. Dit verschil in balans ziet Mundo ook graag terug in het antwoord de praktijkvraag: Een grotere focus op sociale en communicatieve vaardigheden in mediawijsheid.

3. Huidige situatie

3.1 Context

Wij hebben de mogelijkheid 24/7 verbonden te zijn met het internet. Een ondenkbare hoeveelheid aan informatie is toegankelijk op ieder moment van de dag. Toegang tot het internet is niet meer beperkt tot een fysieke plek. Iedereen heeft altijd en overal toegang tot internet. Maar het internet heeft daarmee ook altijd en overal toegang tot iedereen.

Deze enorme hoeveelheid aan informatie kan overweldigend zijn. Het kan als individu lastig zijn om veilig en concreet de juiste informatie te vinden. Diensten als Google helpen hierbij maar tonen een gekleurd resultaat.

De vaardigheid om verantwoord om te gaan met (digitale) media noemt de Nederlandse Raad van Cultuur 'mediawijsheid'. Zij hebben tien competenties opgesteld waarmee een individu verantwoord om kan gaan met de media. In hoofdstuk 3.5 ga ik hier verder op in.

Kinderen van nu zijn 'digital natives' en groeien op in deze 24/7 verbonden wereld. De competenties van de Raad van Cultuur zijn voor hen daarom van groot belang. Zodra een kind op de middelbare school zit, is er een kans van 96% dat het sociale media gebruikt (Nederlands Jeugdinstituut, 2018). Hoe een kind hier vanaf dat moment mee omgaat, hangt af van (het ontbreken van) de mediaopvoeding.

Mediawijzer.net omschrijft mediaopvoeding als het deel van de opvoeding dat erop is gericht om kinderen bewust en selectief met media te laten omgaan. Mediaopvoeding is belangrijk. Driekwart van de Nederlandse gezinnen heeft bijvoorbeeld een tablet in huis. 70% van de kinderen tot 8 jaar maakt hier gebruik van. 45% van de kinderen speelt al met een tablet tijdens hun eerste levensjaar (Vodafone, 2014).

In hoofdstuk 3.2 ga ik dieper in op de verantwoordelijkheid die ouders hebben met betrekking op mediawijsheid.

Als je kijkt naar kinderen op een buitenschoolse opvang, zie je dat veel in dat stadium beginnen met het gebruiken van sociale media. In de Verenigde Staten maakt 23% van de kinderen tussen de 8 en 12 al gebruik van sociale media (Howard, 2018). Het contact leggen met anderen en delen van informatie is dan de prioriteit. Kennis over het beheren van hun privacy ontbreekt (Vodafone, 2014). Reclamemakers gebruiken dit om kinderen gericht reclame te zenden. De reclame vermengt met het entertainment en maakt het voor kinderen moeilijk hier onderscheid in te maken (Van Ouytsel, Meeus, Walrave, & Driesen, 2014). Kinderen moeten dus continu al beroep doen op de competenties voor mediawijsheid.

3.2 Stakeholders

Kinderen op de buitenschoolse opvang

Kinderen op de buitenschoolse opvang verschillen in leeftijd. Per leeftijdscategorie is er daarom ook een andere aanpak nodig om hen te kunnen activeren. Als we categorisering toepassen, is het allereerst verstandig leeftijden af te bakenen in basisschoolgroepen. Onderzoek zal moeten plaatsvinden om per groep de leefwereld in kaart te brengen. Zo kan er worden bepaald voor wie en hoe er ontworpen gaat worden.

Basisschool	Leeftijd
Groep 1	4 - 5
Groep 2	5 - 6
Groep 3	6 - 7
Groep 4	7 - 8
Groep 5	8 - 9
Groep 6	9 - 10
Groep 7	10 - 11
Groep 8	11 - 12

Daarnaast zijn interesses, thuissituatie, leervaardigheden, sociale vaardigheden en huidig mediagebruik van belang bij het in kaart brengen van deze stakeholder.

(Groot-)Ouders

De ouders van de kinderen spelen een grote rol in de mediawijsheid van de kinderen. Zij hebben een voorbeeldfunctie (Vodafone, 2014). Ook kunnen zij het kind begeleiden in mediaopvoeding. Dit kan

neerkomen op zicht houden op gebruik, (digitale) veiligheid te bieden en kinderen te sturen. Ook is het aan de ouder grenzen te stellen in het mediagebruik van kinderen. In de leeftijdsgroepen 7 tot 9 jaar gaat het kind namelijk steeds meer zelf op ontdekking (mediaopvoeding.nl, z.d.). Het niveau van mediawijsheid van de opvoeder heeft daarom invloed op dat van de kinderen.

Pedagogisch medewerkers en leerkrachten

Op de buitenschoolse opvang nemen pedagogisch medewerkers de kinderen onder hun hoede. Zij nemen op dat moment de rol van de ouders over. Mediaopvoeding vindt daarom ook plaats op de BSO. Kinderopvang Mundo heeft geen televisie of computerspellen op de buitenschoolse opvang. Maar de pedagogisch medewerkers bepalen wel wat er aan media in het algemeen geconsumeerd mag worden. Ouders vinden dat de onderwijsinstelling hier verantwoordelijkheid in moet dragen (Vodafone, 2014). Als de mediawijsheid van de pedagogisch medewerkers op niveau is, kan mediaopvoeding op de buitenschoolse opvang worden doorgezet. Toch kan er verschil zijn met de normen en waarden van de ouder en de medewerker. Hier zal communicatie voor nodig zijn om dit af te stemmen.

Activiteitenteam van Mundo

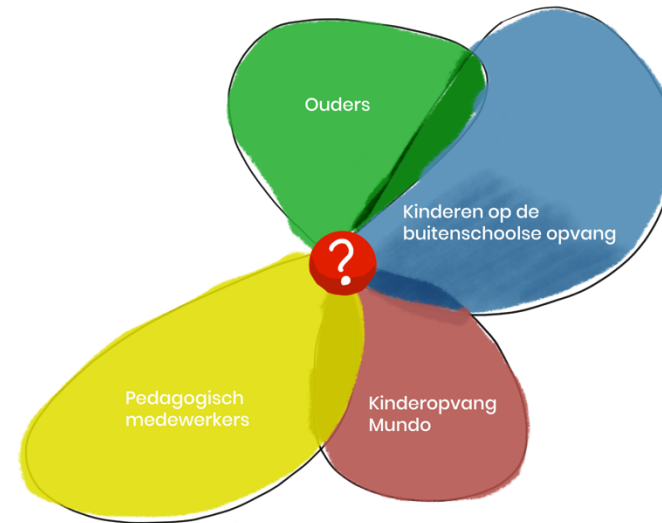
Kinderopvang Mundo heeft een eigen Activiteitenteam. Een groep creatievelingen die voor alle locaties activiteiten organiseren. In de vakantieperiodes zijn er grote activiteiten zoals het jaarlijkse surfkamp. Gedurende de schoolweken gaat het Activiteitenteam langs op locaties om activiteiten te ondernemen die net wat meer voorbereidingswerk nodig hebben. Ze gaan met de kinderen de natuur in voor een speurtocht of leren te programmeren.

Als stakeholder is het Activiteitenteam interessant omdat het een uitvoerende rol kan spelen in de ontwerplossing. Ieder lid van het Activiteitenteam heeft een expertise. Zo is er een kunstenaar, een natuurkenner en een bewegingsdeskundige. Zou een mediaexpert misstaan in het team? Het benoemen van het Activiteitenteam als stakeholder is essentieel om eventuele implementatie van een ontwerplossing binnen Mundo te kunnen realiseren.

Mundo (organisatie)

Indirect aan de leefwereld van het kind is Mundo als organisatie verbonden. Mundo heeft in haar missie en visie aangegeven dat zij met behulp van digitale middelen kinderen en ouders toegang willen geven tot relevante informatie. Daarbij als randvoorwaarde dat dit in een

veilige fysieke en digitale omgeving gebeurt. Daarnaast wil Mundo enkel digitale middelen inzetten op de buitenschoolse opvang, als dit ten goede komt aan creatieve opvoeding.



Afb. 2 – Stakeholdermap, gebaseerd op het praktijkvraagstuk.

3.2 Doelgroep

Optie 1 Kinderen op de buitenschoolse opvang

Er kan worden gekozen om de kinderen van de buitenschoolse opvang als doelgroep te kiezen. De opvoeders (ouders en pedagogisch medewerkers) zullen dan directe stakeholders vormen en worden intensief meegenomen in het ontwerpproces. Het ontwerpproces zal zich dan gaan richten op een opvoedkundige oplossing die de directe stakeholders complimenteert of versterkt in hun mediaopvoeding.

Zoals omschreven in hoofdstuk 3.2, is de doelgroep 'kinderen op de buitenschoolse opvang' groot. Er zal onderzoek moeten worden gedaan naar een eventuele subdoelgroep waar een ontwerpoplossing het meest effectief kan zijn.

3.4 Problematische situatie

Digitale media biedt een enorme bron aan kennis, vermaak en contact. Het maakt ons leven makkelijker en kleiner. We gebruiken per dag langer digitale media dan dat we slapen (Mediawijzer.net, 2015). Door het internet zijn wij altijd met elkaar verbonden.

Digitale media is een onuitputbare bron waar je alles kan vinden, zolang je maar weet waar je moet zoeken. Je zal ervaren dat je de weg kunt kwijtraken en dat de informatie die je vindt niet altijd de juiste is. Je kan informatie vinden die je niet wilt vinden. Of jouw eigen gevoelige informatie komt onder de ogen van anderen.

Media bepaalt je leven en maakt je afhankelijk. Dit reikt ook tot diep in jouw fysieke wereld (Mediawijzer.net, 2015).

Vanwege het digitale mediagebruik van relatief jonge kinderen, is het van belang om kinderen mediawijs te maken in de huidige maatschappij.

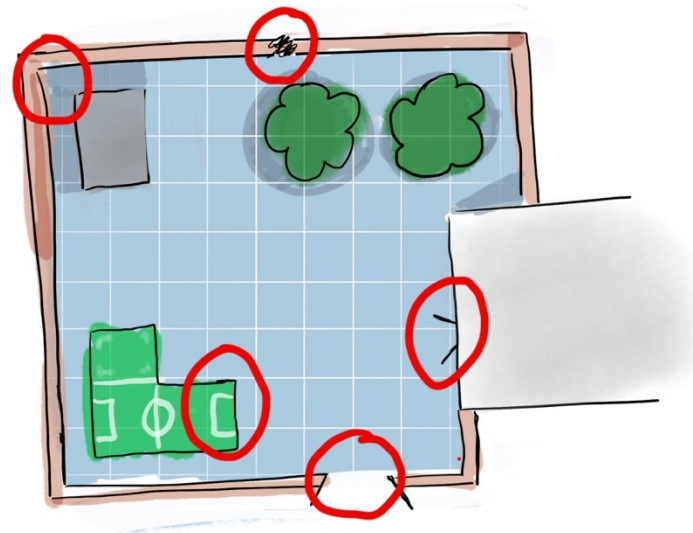
Het schoolplein

Gedurende het maken van dit afstudeerplan en het spreken met experts, realiseerde ik mij een passende vergelijking. Het gebruik van digitale media voor een kind is te visualiseren door het voor te stellen als een fysieke plek. Laten we een schoolplein als voorbeeld nemen.

Mundo merkt in de huidige trends op dat er in de mediaopvoeding vooral nauw gelet wordt op de acties van het kind. Iets waardoor de privacy van het kind volgens Mundo in gevaar kan komen. Op het schoolplein zou je ook raar staan te kijken wanneer de juf continu met het kind meeloopt om te kijken met welk been hij als eerst op het

klimrek stapt. Op het schoolplein kunnen de leerkrachten overzicht houden dankzij de hekken die het ruime plein veilig houden.

Overzicht ontstaat omdat de speeltoestellen zo zijn geplaatst dat iedereen goed zichtbaar blijft. Toch is er soms sprake van pesten achter het schuurtje. Of kruipt iemand ongemerkt door een gat in het hek om de bal te pakken. Allemaal uit het zicht van de juffen en meesters. Net als op het schoolplein moet er met digitale media een balans worden gezocht in de mogelijkheid tot ontdekken voor het kind en de veiligheid die de opvoeder kan bieden.



Afb. 3 – Een concept visualisatie waarmee het mediagebruik van kinderen wordt vergeleken met een schoolplein. (Quinten Ooms)

4. Ontwerpopgave

**Hoe kan Mundo mediawijsheid stimuleren
bij de kinderen op de buitenschoolse opvang?**

5. Aanvullende (concept-)vragen

- Welke subcategorieën zijn er in de doelgroep 'kinderen op de buitenschoolse opvang' te definiëren?
- Hoe ziet de leefwereld van deze kinderen eruit?
 - Interesses
 - Thuissituatie
 - Leervaardigheden
 - Sociaal leven
 - Ontwikkeling
- Hoe ontwikkelt een kind zich psychologisch?
- Hoe wordt media nu gebruikt door de kinderen?
- Wat wordt er nu al aan mediaopvoeding gedaan op de buitenschoolse opvang?
- Hoe wordt media nu gebruikt tijdens de buitenschoolse opvang?
- Hoe wordt er op basisscholen gewerkt aan mediawijsheid?
- Hoe wordt dit onderwerp bij de kinderen ervaren?
- Wat is het niveau van mediawijsheid bij ouders?
- Wat is het niveau van mediawijsheid bij de pedagogisch medewerkers?
- Leeft dit onderwerp bij kinderen op de buitenschoolse opvang?
- Hoe verwerk je mediawijsheid in een buitenschoolse opvang activiteit?
- Hoe kan het Activiteitenteam een rol spelen in het bevorderen van mediawijsheid?
- Kan Mundo ouders betrekken bij het stimuleren van mediawijsheid?
 - Hoe betrekken we ouders bij het stimuleren van mediawijsheid?
- Hoe krijgen opvoeders overzicht in het onlinegedrag van de kinderen?
- Hoe zet je digitale creativiteit in voor het stimuleren van mediawijsheid?
- Zijn de tien mediawijsheid competenties eigenlijk wel geschikt voor kinderen?
- Wat zijn de leerpunten uit een eerder anti-pest programma van Mundo?
- Hoe zetten opvoeders mediaopvoeding in bij de kinderen?
- Welke competenties in mediawijsheid zijn te stimuleren in de context van een buitenschoolse opvang?

6. Toekomstige situatie

6.1 Ontwerpdoel(en) voor de (eind)gebruiker

Voor het kind

Als er een ontwerplossing komt, is dit een (digitaal) product dat kan worden gebruikt op de buitenschoolse opvang van Kinderopvang Mundo. Kinderen kunnen gebruik maken van dit product om mediawijsheid bij hen te stimuleren. Het leert kinderen meer over de sociale vaardigheden met betrekking tot mediagebruik. Het is een activiteit waar de kinderen plezier aan beleven en waar creativiteit in kan worden gestopt. Het is een duurzaam product waar kinderen zelfstandig of in een georganiseerde activiteit naar willen terugkeren. Samen spelen is daarbij van belang. Het product sluit aan op de leefomgeving van het kind. Daarnaast kan het product qua tijd gebruikt worden in een middag na schooltijd. Zo hoeft het kind niet het product zonder 'closure' weg te leggen.

Voor de pedagogisch medewerker/ het Activiteitenteam

De pedagogisch medewerker heeft een product dat als activiteit kan worden ingezet op de buitenschoolse opvang. Het kan door een kind zelfstandig worden gekozen als activiteit om te ondernemen. Ook kan de pedagogisch medewerker het product inzetten om bepaalde thema's in het programma van de BSO te implementeren. Het kind kan zelf actief werken aan de competenties voor mediawijsheid. Toch behoudt de pedagogisch medewerker overzicht op het gebruik van het

product. De eigen expertise kan worden gebruikt om het product te complimenteren.

(Groot-)Ouders

De ouders van de kinderen worden ondersteund door Mundo in de mediaopvoeding van het kind. De ouders worden hierin ontlast door deze professionele ondersteuning. Mogelijkheden om de ouders bij de ontwerplossing te betrekken moeten worden onderzocht. Enkel door de thuissituatie van het kind te betrekken, kan er duurzame groei in mediawijsheid plaatsvinden.

6.2 Ontwerpdoel(en) voor de opdrachtgever

Mundo wil dat de doelstellingen zoals omschreven in hoofdstuk 2.3 gerealiseerd worden in de ontwerpoplossing. Het Activiteitenteam kan een rol spelen in de implementatie van het product en het draaien van

een eventuele pilot. De realiseerbaarheid moet worden meegenomen in de ontwerpoplossing. Bij Mundo ligt namelijk de wens een ontwerpoplossing daadwerkelijk in te kunnen zetten. Dit betekent dat er moet worden gekeken naar kosten voor ontwikkeling, databescherming, eigenaarschap, veiligheid en marketing.

8. Bronnenlijst

Dijkstra, S. (z.d.). Maak je kinderen internetwijs - Sjoukje Dijkstra. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.sjoukjedijkstra.com/erp-portfolio/maak-je-kinderen-internetwijs/>

Dullaert, M. (2014, 13 januari). Ouders moeten in gesprek met hun kinderen over internetgevaren - Detail - Kinderen hebben rechten - De Kinderombudsman. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.dekinderombudsman.nl/70/ouders-professionals/nieuws/ouders-moeten-in-gesprek-met-hun-kinderen-over-internetgevaren/?id=335>

Jmouders. (2018, 19 juni). Kinderen en social media; best lastig. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.jmouders.nl/kinderen-en-social-media-best-lastig/>

Kyndor. (z.d.). Kyndor – Empowering Parents, Enriching Children. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <http://www.kyndor.com/>

Mediawijsheid. (z.d.). Dé startpagina op het gebied van media en mediawijsheid. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.mediawijsheid.nl/>

Politie. (z.d.). Privacy. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.vraaghetdepolitie.nl/privacy>

Stichting Samenwerkende Provinciale Ondersteuningsinstellingen van Openbare Bibliotheken. (z.d.). Diploma Veilig Internet. Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.diplomaveiliginternet.nl/landing/>

Stoppestennu.nl. (2015, 11 februari). Wat weten kinderen over cyberveiligheid? Geraadpleegd op 3 februari 2019, van <https://www.stoppestennu.nl/wat-weten-kinderen-over-cyberveiligheid>

Franklin, B. (1999). *Social Policy, the Media and Misrepresentation*. New York, Verenigde Staten: Routledge.

Haverslag, D. (2013). *COMPULSIEF GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA OP DE SMARTPHONE*. Geraadpleegd van <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/280913>

Moekotte, P. (2010, december). Sociale mediamiddel voor participatief leren. *Vakblad voor opleiders in het gezondheidszorgonderwijs*, 2010(7), 3–9.

Notten, N., Kraaykamp, G., & Ultee, W. (2008). *Ouderlijke mediasocialisatie: hulpbron of handicap? Een studie naar de langetermijneffecten van mediasocialisatie op het onderwijssucces van kinderen*. Geraadpleegd van <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/73567>

Slot, N. (2013). *Hoe kinderen reageren op reclame in online sociale netwerken: reclamewijsheid en de invloed van leeftijdsgenoten*. Geraadpleegd van <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/116521>

Valkenburg, P. (2008). *Beeldschermkinderen* (2e ed.). Amsterdam, Nederland: Boom.

Vodafone. (2014). 5 - 8 Jaar: Dit houdt ze bezig. *WIJS*, 1(2), 3-7. Geraadpleegd van <https://www.vodafone.nl/assets/downloads/algemeen/WIJS-magazine.pdf>

Nederlands Jeugdinstituut. (2018, 2 maart). Internetgebruik - Cijfers | Nji. Geraadpleegd op 19 februari 2019, van <https://www.nji.nl/nl/Databank/Cijfers-over-Jeugd-en-Opvoeding/Cijfers-per-onderwerp-Internetgebruik>

Howard, J. (2018, 22 juni). What's the average age when kids get a social media account? Geraadpleegd op 19 februari 2019, van <https://edition.cnn.com/2018/06/22/health/social-media-for-kids-parent-curve/index.html>

Mediaopvoeding.nl. (z.d.). Ontwikkelingskenmerken 7-9 jaar. Geraadpleegd op 19 februari 2019, van <https://www.mediaopvoeding.nl/leeftijdsgroepen/7-9-jaar/>

Mediawijzer.net. (2015, 30 maart). Jouw wereld vol media - korte versie [Video]. Geraadpleegd op 19 februari 2019, van <https://www.youtube.com/watch?v=NLXvhwuEj0Q>

Media en Maatschappij. (2015, 31 juli). Welkom bij het Nationaal Media Paspoort [Video]. Geraadpleegd op 20 februari 2019, van <https://www.youtube.com/watch?v=6FVwu4j8oZQ>

Nederlands Jeugdinstituut. (2018, 9 oktober). Effectieve mediawijsheidprogramma's - Nieuws | Nji. Geraadpleegd op 20

februari 2019, van <https://www.nji.nl/nl/Actueel/Nieuws-van-het-Nji/Effectieve-mediawijsheidprogramma-s>

Mediaopvoeding.nl. (2019, 13 februari). MediaDiamant. Geraadpleegd op 20 februari 2019, van <https://www.mediawijsheid.nl/mediadiamant/>