

De M-generatie

de virtuele belevnis van jongeren

Een onderzoek naar de virtuele belevnis
van jongeren op het Internet en het nut van CKV sites

Master thesis

Naam: Linda Kooijman

Student nr.: 276547

Supervisor: D. Verdaasdonk

Inhoudsopgave

Inleiding	2
Hoofdstuk 1 – De generatietheorie	5
1.1 Generaties in de 20 ^{ste} eeuw	6
1.2 Jongeren van nu: de M-generatie.....	8
1.2.1 De 7 kenmerken van de M-generatie	10
1.3 Deelconclusie	12
Hoofdstuk 2 – Mediatheorieën en begripsbepalingen	14
2.1 Mediatheorieën	15
2.1.1 McLuhan.....	15
2.1.2 De “Uses and Gratifications”-benadering	16
2.1.3 Culturele indicatorenbenadering.....	18
2.2 Begrippen.....	19
2.2.1 Online community.....	19
2.2.2 E-learning.....	19
2.3 Deelconclusie	20
Hoofdstuk 3 – De M-generatie: achtergrond.....	22
3.1 Cultuurdeelname in Nederland.....	23
3.1.1. Cultuurdeelname algemeen	23
3.1.2 Cultuurdeelname onder Jongeren	24
3.1.3 Drie scenario's voor toekomstige deelname jongeren kunst en cultuur	25
3.2 Het Voortgezet Onderwijs	26
3.2.1 Onderbouw	26
3.2.2 Bovenbouw	26
3.3 Cultuureducatie.....	27
3.3.1 Cultuureducatie in het voortgezet onderwijs	29
3.3.2 Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV).....	29
3.3.3 Overige ontwikkelingen	31
3.3.4. Eindevaluatie volgproject CKV1.....	31
3.4 Deelconclusie.....	33
Hoofdstuk 4 - Websites	35
4.1 ThinkQuest	36
4.2 Profielwebsites	38
4.2.1 Sugababes.nl en Superdudes.nl	39
4.2.2 CU2	41
4.2.3 Blixum	42
4.3 CKV sites.....	44
4.3.1 Bronnen CKV1: de droom, etc.	45
4.3.2 Odulphus Tilburg	45
4.3.3 De Map Portal	46
4.3.4 CJP.nl	47
4.5 Deelconclusie.....	49
Hoofdstuk 5 - Conclusie	52
Hoofdstuk 6 - Literatuur.....	54

Inleiding

In deze thesis doe ik onderzoek naar de M-generatie (Net-generation) en de virtuele belevenis van jongeren. De M-generatie is de nieuwe jongerengeneratie. De "M" staat voor millennium, marketing en media, in het Engels "the Net-generation". Het gaat hier om de groep jeugdigen van 12 tot 18 jaar, maar in de literatuur wordt ook gesproken over de groep van 12 tot 22 jaar.¹ In het onderzoek ga ik uit van de populatie van jongeren van 12-18 jaar in Nederland. De nieuwe jongerengeneratie brengt een groot deel van hun tijd door in een virtuele omgeving. Het overgrote deel van deze groep volgt op dit moment een opleiding in het voortgezet onderwijs of is aan een vervolgopleiding begonnen. Ik ben geïnteresseerd in de virtuele belevenis van jongeren met name de dingen die ze nu precies doen op het Internet en hoe dit bijdraagt aan hun ontwikkeling. Daarnaast ben ik geïnteresseerd in hoeverre het schoolvak Culturele en Kunstzinnige Vorming, afgekort CKV, hier aansluiting bij kan vinden, door de M-generatie te interesseren via websites voor kunst en cultuur.

Een persoonlijke motivatie voor de keuze voor het onderwerp cultuureducatie is mijn wens om als CKV docent aan de slag te gaan. Ik wil me verder verdiepen in de schoolgaande jeugd en het huidige CKV onderwijs. De ervaringen die ik opdoe zijn misschien relevant om later in het lesprogramma te verwerken. Een onderwerp als het vak CKV, en in het bijzonder het gebruik van websites, is vooral interessant, omdat het een relatief nieuw vak is. Daarnaast is er zeer weinig bekend over de mogelijkheden van CKV sites. Ik ben geïnteresseerd in de rol van de media, in dit geval internetsites, op de overdracht van cultuur op jongeren, in het bijzonder op het schoolvak CKV.

Omdat jongeren een groot deel van hun tijd op school doorbrengen heeft de school veel invloed op de ontwikkeling. Met de invoering van de Tweede Fase in het Nederlandse schoolstelsel is er een nieuw vak ontstaan: CKV. In dit vak komen leerlingen in aanraking met allerlei verschillende kunst disciplines. De algemene doelstelling van het vak luidt als volgt: *"De kandidaat kan een gemotiveerde keuze maken voor, voor hem betekenisvolle activiteiten op het gebied van kunst en cultuur, op grond van: ervaring met deelname aan culturele activiteiten, kennis van kunst en cultuur, praktische activiteiten op het gebied van één of meer kunst disciplines en de reflectie daarop."*²

Van de leerling wordt dus verwacht dat hij of zij een culturele smaak ontwikkelt. Op het Internet zijn websites van en over dit vak te vinden, die onderdeel uitmaken van de lesstof. Leerlingen kunnen aan de hand van deze sites bijvoorbeeld informatie vinden om een opdracht uit de lesmethode te maken. Afhankelijk van het leerniveau krijgt de M-generatie een of meerdere jaren CKV onderwijs op de middelbare school. De lange termijn effecten van CKV zijn nog niet bekend zo blijkt uit een eindrapportage over de invoering van het vak.³ Het gebruik van CKV sites sluit aan op het Tweede Fase schoolstelsel waarbij zelfwerkzaamheid van de leerling een grote rol speelt. Cultuureducatie is niet nieuw in Nederland, maar heeft met de invoering van CKV wel een unieke wending genomen. Het is namelijk het eerste cultuurbeschuwend vak, waarin leerlingen leren oordelen zonder actieve cultuurdeelname. Dit in tegenstelling tot de eerdere kunstvakken, zoals tekenen, muziek en handvaardigheid.

¹ Steensel, K.M. van, *Internetgeneratie: de broncode ontcijferd*, 2000

² Ministerie van OCW, *Examenprogramma's profielen vwo/havo: Culturele en kunstzinnige vorming 1*, 1998

³ Damen, M., F. Haanstra & H. Henrichs, *Cultuur + Educatie deel 8. Eindrapportage CKV1-Volgproject*, 2004

Waar tieners elkaar vroeger op hun hangplek ontmoetten, fungeert Internet nu als ontmoetingsplaats. Zo zijn er sites die speciaal voor meisjes of voor jongens bedoeld zijn, waar ze een groot deel van hun tijd doorbrengen zoals blijkt uit het empirisch onderzoek van De Haan.⁴ Internet staat centraal in de ontwikkeling van de huidige jongerengeneratie. Tussen ouders en jongeren ontstaat vaak een kloof, omdat ouders niet begrijpen wat tieners doen op Internet. Deze ontstaat vooral, zo wordt in de literatuur beschreven, doordat jongeren een eigen taal hebben ontwikkeld die ouders vaak niet begrijpen. In een documentaire van Netwerk⁵ over dit onderwerp, wordt gezegd dat jongeren zichzelf verkopen als een merk net als bedrijven. Door middel van moderne media ontwerpen sommigen een eigen website, de een nog mooier, creatiever en origineler dan de ander. Zou het zo kunnen zijn dat degenen die deze technieken niet beheersen achter blijven en later op de arbeidsmarkt een mindere kans van slagen hebben? Tussen de jongeren zelf ontstaat dus ook een tweedeling, degenen die de media omarmen en degenen die er geen raad mee weten. De laatste groep weet zich er misschien geen raad mee, omdat ze zich niet willen bezighouden met Internet.

In deze drie onderwerpen ben ik geïnteresseerd. CKV en Internet komen samen bij de M-generatie, die beide gebruikt om zich te ontwikkelen. De invoering van het vak CKV loopt gelijk met de ontwikkeling van de nieuwe jongengeneratie, de M-generatie, waarin het individu, Internet en de belevnis centraal staan. Waarom zou men het ervaringsvak CKV dan niet helemaal toespitsen op de nieuwe generatie en digitaal gaan? In dit onderzoek wil ik me beperken tot de vraag wat de aantrekkingskracht van websites zijn op jongeren en hoe CKV hier op in kan spelen door gebruik te maken van CKV sites. Wat houden deze CKV sites nu precies in? Wordt door middel van de CKV sites de doelstelling van CKV bereikt? Om deze vragen te kunnen beantwoorden ben ik geïnteresseerd in de soorten websites die er voor jongeren zijn op het Internet.

Hierbij kom ik tot de volgende probleemstelling:

Wat is de virtuele belevnis van de M-generatie en in hoeverre kan het vak CKV hier op inspelen?

In het onderzoek zullen een aantal deelvragen aan de orde komen:

- Wat is de M-generatie? (Hoe komen generaties tot stand?)
- Hoe wordt cultuureducatie in Nederland vormgegeven?
- Wat is de relatie tussen jongeren en het Internet?
- Hoe ver is Nederland op het gebied van digitale cultuureducatie?
- Wat doet CKV of wat kan CKV doen om het huidige onderwijs te verbeteren door het gebruik van digitaal onderwijs?

De eerste deelvraag wil ik beantwoorden aan de hand van een theoretisch kader, op basis van de generatietheorie van Becker⁶ en een aantal mediatheorieën, die een verklaring proberen te vinden van de impact van de massamedia, namelijk de studie van McLuhan⁷, de culturele indicatorenbenadering en "Uses and Gratifications"- benadering. De theorieën en benaderingen proberen de effecten

⁴ Haan, J. de, *E-cultuur: een empirische verkenning*, 2004

⁵ Netwerk, *De digitale generatie: Internet als vriend en vijand*, 30 oktober 2005, 20.15

⁶ Becker, H., *Generaties en hun kansen*, 1992

⁷ McLuhan, M., *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*, 1962

van massacommunicatiemiddelen te verklaren. McLuhan beweert dat een maatschappij verandert door gebruik van nieuwe technologieën. De "Uses and Gratifications"-benadering beschrijft de behoeften en verwachtingen van mediagebruik. De culturele indicatorenbenadering gaat in op de sociale functie van de massamedia. Op de mediatheorieën ga ik, in hoofdstuk 2 in. Verder licht ik daar een aantal begrippen toe, zoals digitale cultuureducatie.

Vervolgens wil ik me richten op de manier waarop het onderwijsstelsel en in het bijzonder cultuureducatie in Nederland wordt vormgegeven. Dit doe ik onder andere op basis van materiaal van het ministerie van OC&W over de Tweede Fase en het vak CKV. Aan de hand hiervan wil ik de tweede, derde en vierde deelvraag beantwoorden. In dit onderzoek wil ik me verder bezig houden met de vragen voor en door wie websites voor jongeren worden gemaakt. Om die reden maak ik een keuze uit een aantal sites. Deze verdeel ik in de categorieën vermaak/amusement, communicatie/ "chatten" en informatie/kennis. Deze keuze heb ik gemaakt op basis van de "Uses and Gratifications"- benadering. De basisgedachte van deze benadering is dat mensen door middel van mediagebruik in bepaalde verwachtingen en voldoeningen voorzien. De verwachtingen zijn in verschillende categorieën in te delen waaronder vermaak/amusement, communicatie/ "chatten" en informatie/kennis. Hier zal ik later in hoofdstuk 2 op terug komen. Vervolgens kijk ik hoe CKV sites hierin gesitueerd kunnen worden, om zo de laatste deelvraag te beantwoorden.

De hoofdstukindeling ziet er als volgt uit:

- 1. De generatietheorie**
- 2. Mediatheorieën en begripsbepaling**
- 3. De M-generatie: achtergrond**
- 4. Websites**
- 5. Conclusie**

Hoofdstuk 1 – De generatietheorie

Met de komst van de nieuwe media heeft zich een nieuwe jongerengeneratie gevormd, de zogenaamde M-generatie. Jongeren verplaatsen een steeds groter wordend deel van hun alledaagse leven naar een virtuele omgeving. Zowel tijdens als na schooltijd wordt een groot deel van de tijd besteed aan media in de vorm van televisie en Internet bijvoorbeeld. Het is interessant om te kijken hoe generaties gevormd worden. Dit fenomeen is in het kort de aanleiding voor dit hoofdstuk, dat gaat over een theorie die zich bezig houdt met generaties. De theorie zal ik vooral als achtergrondinformatie gebruiken, omdat ik immers ook bezig ben met een generatie en dan een van de nieuwe eeuw. Ik ben geïnteresseerd in de kenmerken die aan generaties zijn gegeven. In dit hoofdstuk wordt gekeken welke kenmerken gelijk/verschillend zijn van de huidige jongerengeneratie met de generaties die Becker bespreekt. We hebben duidelijk te maken met een nieuwe generatie jongeren. Dit heeft vooral te maken met de komst van een nieuwe geboortegolf. Daarnaast zijn er nog andere kenmerken van invloed op de vorming van nieuwe generaties. De centrale vraag van dit hoofdstuk luidt:

Welke kenmerken heeft de huidige jongerengeneratie in Nederland in vergelijking met de kenmerken die Becker aan de voorgaande generaties gaf?

Om deze vraag te beantwoorden wordt gekeken naar de manier waarop generaties gevormd worden. Welke factoren zijn van invloed op het ontstaan van generaties en in het bijzonder de huidige generatie jongeren? Ik ga hierbij uit van de generatietheorie van Becker. De jongeren van nu groeien praktisch op met de komst van nieuwe media, waaronder Internet. In dit hoofdstuk komen twee deelvragen aan de orde:

Welke kenmerken hebben de generaties in de 20^{ste} eeuw?

Welke kenmerken heeft de huidige jongerengeneratie?

1.1 Generaties in de 20^{ste} eeuw

In deze paragraaf ligt de nadruk op jongerengeneraties in de 20^{ste} eeuw en de ontwikkeling die zij hebben doorgemaakt. We kijken naar het ontstaan van de vorige generaties en naar de vorming van de huidige jongerengeneratie. Wat is een generatie? Het begrip generatie is lastig te omschrijven. Het gaat om groepen mensen die onder verschillende omstandigheden geboren worden en zich ontwikkelen. Becker heeft in zijn boeken *Generaties en hun kansen*⁸ en *De toekomst van de Verloren Generatie*⁹ een sociologische analyse gemaakt van ongelijkheid in de maatschappij. Hij heeft zich hierbij laten inspireren door het werk van Mannheim en Inglehart. De maatschappij bestaat uit verschillende groepen mensen, waarin bepaalde groepen mensen door gemeenschappelijke sociale omstandigheden zoals onderwijs, werkgelegenheid en oorlog een generatie vormen. Deze groepen of generaties vormen volgens Becker een dynamisch proces, dat wil zeggen dat de maatschappij voortdurend verandert van samenstelling. Oude generaties verdwijnen, terwijl nieuwe generaties gevormd worden.

Wanneer we uitgaan van de generatietheorie van Becker betekent generatie het volgende: "*Een clustering van cohorten, die gekenmerkt worden door een specifieke historische ligging en door gemeenschappelijke kenmerken op individueel niveau (levenslopen, waardenoriëntaties en gedragspatronen) en op systeemniveau (omvang en samenstelling, generationele cultuur en generationele organisaties).*"¹⁰ Hij bedoelt hiermee dat een cohort een clustering is van een groep mensen, die in hun formatieve periode (pubertijd en adolescentie) dezelfde trendbreuken (gebeurtenissen als economische crisis en oorlog) hebben meegemaakt. Op individueel niveau is allereerst het tijdstip waarop iemand uit huis gaat, een relatie aangaat, kinderen krijgt en een beroep kiest (kortom de levensloop/biografische kenmerken) van belang. Daarnaast zijn waardenoriëntaties (verhouding man/vrouw, gezagsverhoudingen) en gedragspatronen (deelname aan culturele activiteiten en kiesgedrag) van invloed.¹¹

Op systeemniveau zijn de omvang en de samenstelling van de clusters van cohorten van belang, dat wil zeggen dat de vorming van een nieuwe generatie deels ontstaat door demografische veranderingen. Een geboortegolf bijvoorbeeld kondigt vaak een nieuw cluster aan. De generationele cultuur betekent dat generaties zich onderscheiden door een eigen culturele stijl. Ten slotte spelen generationele organisaties een rol in het ontstaan van generaties. Hieronder verstaat Becker zowel jeugdbewegingen als nieuwe media (radio, televisie).¹²

In zijn theorie onderscheidt Becker verder nog de partiële generatie, deze is anders dan een gewone generatie omdat de formatieve periode over het algemeen langer duurt. Een partiële generatie omvat een kleine groep mensen in de samenleving, los van leeftijdsgroepen. Dit zijn meestal beroepsgroepen, bijvoorbeeld kunstenaars en wetenschappers. De groep wordt gekenmerkt door een gemeenschappelijke visie en spreekt dezelfde taal. Daarnaast maakt ze gebruik van dezelfde middelen; bijvoorbeeld een groep kunstenaars die is onderwezen door dezelfde leermeester.¹³

⁸ Becker, H., *Generaties en hun kansen*, 1992

⁹ Becker, H., *De toekomst van de Verloren Generatie*, 1997

¹⁰ Becker, H., 1992, p. 23

¹¹ Idem, p. 24

¹² Becker, H., 1997, p. 66

¹³ Idem, p. 146

In het kort komt het er op neer dat generaties zich vormen uit een groep mensen die op een bepaald tijdstip zijn geboren en door gezamenlijke gebeurtenissen in hun formatieve periode dezelfde waardenoriëntaties en gedragspatronen ontwikkelen. Becker omschrijft ook een ideaaltipe waarbij iedereen de mogelijkheid krijgt om zijn eigen voorkeur te volgen, doordat schaarse goederen en sociale positie worden verkregen door vrije concurrentie op basis van iemands kunde.¹⁴

In zijn boek *Generaties en hun kansen* wijst Becker een patroon van een aantal generaties aan, die in de 20^{ste} eeuw zijn te onderscheiden aan de hand van bovengenoemde kenmerken; levenslopen, waardenoriëntaties, gedragspatronen, omvang en samenstelling, generationele cultuur en generationele organisaties. Door verschillende trendbreuken in de 20^{ste} eeuw is allereerst de *Vooroorlogse Generatie* ontstaan. Deze mensen zijn tussen 1910 en 1930 geboren en hebben in hun formatieve periode de economische crisis van de jaren dertig meegemaakt. Vervolgens komt de *Stille Generatie* die wordt gevormd door mensen geboren tussen 1930 en 1940. De formatieve periode van deze generatie valt samen met een tijd van sociale en economische welvaart net na de Tweede Wereldoorlog. Leden van de *Protestgeneratie* zijn tussen 1940 en 1955 geboren. Hun formatieve periode is er een vol maatschappelijk protest in de jaren 1968 tot 1975, waar ze deels zelf aanstichter van zijn. Tot slot wordt de *Verloren Generatie* genoemd, welke Becker uitvoeriger bespreekt in zijn boek *De toekomst van de Verloren Generatie*. Personen uit deze generatie zijn geboren tussen 1955 en 1970. Hun formatieve periode valt samen met de economische recessie van de jaren 1975 tot 1985.¹⁵

Becker beschrijft een patroon van de ontwikkeling van generaties, welke uiteindelijk heeft geleid tot het ontstaan van de vier generaties. Hij gaat hierbij uit van een these om te verklaren waarom dit proces zo in zijn werk gaat.¹⁶ De these bestaat uit twee hypothesen:

- Hypothese van *socialisatie*: deze hypothese geeft een verklaring over het ontstaan van waardenoriëntaties en welke invloed gebeurtenissen hebben op de manier waarop mensen ergens over nadenken. Denk in dit geval aan stemgedrag bijvoorbeeld.

- Hypothese van *relatieve schaarste*: deze hypothese geeft een verklaring voor de invloed van trendbreuken op de waardenoriëntaties en gedragspatronen van een generatie. Een generatie ontwikkelt bepaalde kenmerken die verbonden zijn aan de schaarste in die periode. Werkeloosheid zorgt bijvoorbeeld voor loopbaanvertraging van een generatie.

Na de Verloren Generatie hebben de Pragmatische Generatie¹⁷ (1970-1985) en de M-generatie (1985-2000) zich gevormd welke niet door Becker zijn beschreven. Generaties ontleen hun naam veelal aan een maatschappelijk knelpunt. Verloren Generatie werd ook wel Generatie X genoemd, wat stond voor

¹⁴ Idem, p. 18

¹⁵ Idem, p. 13-14

¹⁶ Idem, p. 25

¹⁷ Diepstraten, I., P. Ester en H. Vinken, *Mijn generatie zelfbeelden, jeugdervaringen en lotgevallen van generaties in de twintigste eeuw*, 1998

hun "culturele stuurloosheid"¹⁸ Becker spreekt van de Verloren Generatie, omdat jonge leden van deze groep aan het begin van hun carrière te maken kregen met de gevolgen van de economische recessie in ons land en er was sprake van grote jeugdwerkeloosheid. Jongeren probeerden langer in het onderwijs te blijven of vonden alternatieve vormen van werkgelegenheid. Er was op dit punt weinig begrip van de oudere generaties die veelal wel een goede baan hadden, terwijl de carrière kansen voor jongeren nauwelijks verbeterden. Becker noemt dit verschijnsel demografische verdringing.¹⁹ Vanuit de overheid werden regelingen getroffen als de VUT (Vervroegde Uittreding), die ervoor moesten zorgen dat oudere werknemers (uit de Vooroorlogse Generatie) eerder stopten met werken. In de volgende paragraaf volgt een omschrijving van de huidige jongerengeneratie aan de hand van de kenmerken uit Beckers definitie van het begrip generatie.

1.2 Jongeren van nu: de M-generatie²⁰

In de vorige paragraaf hebben we kunnen zien hoe de 20^{ste} eeuw volgens Becker gekenmerkt wordt door een proces waarbij verschillende generaties zijn ontstaan, doordat een groep mensen op een bepaald tijdstip is geboren en gezamenlijke gebeurtenissen in zijn formatieve periode heeft meegemaakt. De ontwikkeling van deze generaties loopt vooraf aan de vorming van de huidige jongerengeneratie, die in deze paragraaf besproken zal worden. Doel van deze paragraaf is om een beeld te schetsen van de M-generatie (1985-2000) aan de hand van de kenmerken uit Beckers definitie van een generatie. Op individueel niveau zijn dit levenslopen, waardenoriëntaties en gedragspatronen en op systeemniveau zijn de kenmerken omvang en samenstelling, generationele cultuur en generationele organisaties. Zoals ik al eerder aangaf is de M-generatie de generatie van het nieuwe millennium. De "M" staat voor millennium, marketing en media, in het Engels "the Net-generation". Het gaat hier om de groep jeugdigen van 12 tot 18 jaar.²¹

Massacommunicatiemiddelen hebben zich in razend tempo ontwikkeld in de twintigste eeuw. Aan de ene kant is het aanbod sterk toegenomen door de komst van radio, televisie en Internet. Aan de andere kant is het bereik van de media steeds groter geworden, dat wil zeggen dat de mediaboodschappen steeds meer mensen bereiken. Jongeren kunnen zich luxe goederen als televisies en "personal computers" permitteren door de toegenomen welvaart. Op deze manier krijgen steeds meer jongeren toegang tot de media. De media zijn een onderdeel van ons dagelijks functioneren. De media richten zich niet alleen tot volwassenen maar ook tot kinderen en jongeren. De laatste groep besteedt een steeds groter wordend deel van vrije tijd aan de media.²² Zaken als televisie kijken, Internet en sms-en zijn de gewoonste zaak van de wereld geworden voor jongeren.

Voordat we ons gaan verdiepen in de M-generatie is het interessant om ons af te vragen waar de toegenomen aandacht voor jongerengeneraties vandaan komt. De laatste jaren is op economisch, sociaal en cultureel gebied steeds meer belangstelling voor jongerencultuur. Daar zijn een aantal

¹⁸ Becker, H., 1997, p. 66

¹⁹ Idem, p. 168

²⁰ Haan, J. de en Christian van 't Hof, *Jaarboek ICT en samenleving. De digitale generatie*, 2006

²¹ Steensel, K.M. van, *Internetgeneratie: de broncode ontcijferd*, 2000

²² Breedveld, K., *Trends in de tijd: een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*, p. 77

verklaringen voor te vinden. In de eerste plaats de toegenomen economische welvaart. De welvaart zorgt ervoor dat jongeren als volwaardig consument worden aangezien, omdat zij meer te besteden hebben dan jaren geleden. Vrijwel niemand kijkt tegenwoordig meer vreemd op, wanneer jongeren van 14 jaar een bijbaan hebben. Het geldt dat jongeren verdienen of krijgen via kleedgeld en zakgeld mogen zij in de meeste gevallen naar eigen inzicht besteden. Bedrijven spelen hier handig op in door hun reclame-uitingen op jongeren te richten. We zien dat jongeren een marketingdoelgroep zijn geworden, die steeds meer te besteden heeft.

Daarnaast is de gezinssamenstelling veranderd in vergelijking tot een aantal jaar geleden. Steeds vaker zien we dat ouders er bewust voor kiezen om een á twee kinderen te krijgen in tegenstelling tot de grote gezinnen van de vorige generaties. Ouders willen naast het krijgen van kinderen een carrière opbouwen en tijd over houden voor een sociaal leven. Met een á twee kinderen is dit beter te combineren, dan met tien kinderen bijvoorbeeld. Met als gevolg dat de ouders tijd, ruimte en financiële middelen tot hun beschikking hebben om hun kind op te voeden.

Verder zien we dat de gezinsmoraal aan het veranderen is. Kinderen worden als volwaardig persoon aangezien en worden vrij gelaten om mee te denken en te beslissen in het gezin. Een verklaring hiervoor is wellicht te vinden in het feit dat de ouders van de M-generatie de jongerengeneratie van de jaren '60 zijn. Dit was de Protestgeneratie, die verantwoordelijk was voor het maatschappelijke protest eind jaren '60. Ouderlijk gezag werd afgezworen door deze jongeren en dat zien we nu terug komen in de opvoeding van hun eigen kinderen.

Tot slot zien we ook een verklaring in de veranderende houding van de politiek. Vandaag doen politieke partijen er alles aan om jongeren bij de politiek te betrekken. Vrijwel elke zichzelf respecterende partij heeft een jongerenafdeling, die meedenkt over het programma en beleid van de partij. Deze verjonging zien we terugkomen in de kamerleden. Dit zijn niet langer uitsluitend mannen van middelbare leeftijd maar is nu een gezelschap waar langzaam aan vrouwen en dertigers zich in mengen.

Tieners brengen een groot deel van hun tijd door op het Internet, zoals blijkt uit het empirisch onderzoek van De Haan.²³ Hun sociale leven speelt zich in een virtuele omgeving af, op Internet via zogenaamde profielsites. Via het chatprogramma *MSN Messenger* bijvoorbeeld worden de contacten, die ze op een profielsite hebben opgedaan, onderhouden. We zien bijvoorbeeld dat, volgens cijfers van het SCP, 97 procent van de autochtone jongeren en tussen de tachtig en negentig procent van de allochtone een computer thuis heeft. Tussen de vijf en tien procent van deze jongeren is zelfs verslaafd aan het Internet, zij surfen meer dan 16 uur per week.²⁴ Een extra kenmerk van de M-generatie is de kloof die tussen jongeren en oudere generaties ontstaat, omdat de oudere generaties niet begrijpen wat jongeren doen op Internet.

Een van de eigenschappen van het Internet is de anonimiteit en jongeren maken hier veel gebruik van. Ruim driekwart van de negen- tot twaalfjarigen, de helft van de dertien- tot veertienjarigen en een kwart van de vijftien- tot achttienjarigen neemt op het Internet een andere identiteit aan. Jongens doen zich bijvoorbeeld voor als meisjes of juist ouder dan ze in werkelijkheid zijn.

²³ Haan, J. de, 2004

²⁴ Haan, J. de en Christian van 't Hof, *Jaarboek ICT en samenleving. De digitale generatie*, 2006

Daarnaast doen veel jongeren zich beter voor dan ze in werkelijkheid zijn, bijvoorbeeld mooier of intelligenter. Voor jongeren met weinig zelfvertrouwen biedt dit een uitkomst, omdat ze via het Internet vrienden maken. Een klein deel van de jongeren wordt er juist ongelukkiger door, omdat ze getreiterd worden op Internet.²⁵ Volgens de onderzoekers van het SCP zijn er ook positieve effecten van Internet aan te wijzen. Internet is voor jongeren ook een bindmiddel, op internetsites gaan allochtone en autochtone jongeren volop met elkaar in discussie. Over onderwerpen als vrouwen, seks en vrijheid wordt openlijk gesproken. Slechts één op de zes allochtonen richt zich voornamelijk op de eigen groep.²⁶

Gamers blijken socialer dan gedacht: ze ontmoeten elkaar regelmatig on- en off-line om elkaar in te wijden in de geheimen van het spel en zo hun eigen wereld te creëren. Gamen vindt steeds meer on-line plaats. Niet alleen on-line maar ook off-line is een geheel eigen game- cultuur ontstaan waar spelers hechte banden aangaan en elkaar inwijden in de geheimen van het spel. Daarnaast treffen jongeren elkaar op MSN even vaak als in het echt (bijna 4x/week) Dat is evenveel als "elkaar echt zien".²⁷

Voordat ik verder ga met het toepassen van Beckers kenmerken van de algemene generatie op de M-generatie, is het interessant om ons af te vragen of de M-generatie wellicht een partiële generatie is? Een partiële generatie heeft namelijk andere kenmerken dan een algemene generatie. Een partiële generatie omvat volgens Becker een kleine groep mensen in de samenleving, los van leeftijdsgroepen.²⁸ Dat is niet het geval met de M-generatie, omdat dit een specifieke leeftijdsgroep is. Daarnaast zijn partiële generaties meestal beroepsgroepen (zoals kunstenaars en wetenschappers) en dat is niet het geval met de nieuwe jongerengeneratie. De M-generatie wordt wel gekenmerkt door een gemeenschappelijke visie en spreekt dezelfde taal, maar dat kan ook de generationele cultuur van de M-generatie genoemd worden. De M-generatie is dus, een wat Becker, algemene generatie noemt. Ik zal in de volgende paragraaf de kenmerken die Becker heeft gegeven van een algemene generatie toepassen op de M-generatie.

1.2.1 De 7 kenmerken van de M-generatie

De levensloop van een individu wordt gekenmerkt door de momenten waarop iemand uit huis gaat, een relatie aangaat, kinderen krijgt en een beroep kiest. We zien dat de levensloop van verschillende generaties verandert. Jongeren trouwen niet direct uit huis, maar gaan bijvoorbeeld samenwonen. Sommige jongeren trouwen helemaal niet meer. Kinderen krijgen is niet meer vanzelfsprekend en als het al gebeurt dan steeds vaker op latere leeftijd. De M-generatie richt de levensloop steeds meer op haar eigen manier in. De levensloop van de M-generatie is niet standaard. Er bestaat geen bepaalde succesformule voor een levensloop, die leidt tot maatschappelijk slagen. Het vormgeven van de eigen biografie en maatschappelijke erkenning staan hierdoor centraal in iemands levensloop.

²⁵ Idem

²⁶ Idem

²⁷ Idem, p. 3

²⁸ Becker, H., 1992, p. 26

Waardenoriëntaties zijn bijvoorbeeld de man/ vrouw verhoudingen en gezagsverhoudingen. In de M-generatie is de ongelijkheid tussen mannen en vrouwen steeds kleiner geworden. Kansen op onderwijs en werk verschillen steeds minder voor mannen en vrouwen. Naast materiële zaken spelen vrije tijd en kwaliteit van het leven een steeds grotere rol. Jongeren van nu zijn voortdurend op zoek naar 'zichzelf'. Leden van deze groep worden steeds meer op het niveau van hun beleving aangesproken.²⁹ Via de media bijvoorbeeld, denk in dit geval aan televisiezenders, internetsites en radioprogramma's voor jongeren.

Onder **gedrag patronen** worden onder meer deelname aan culturele activiteiten en kiesgedrag verstaan. De pragmatische generatie stond bekend om de subculturen, zoals gabbers en punkers bijvoorbeeld. Ze onderscheidden zich door kleding, muziek en politieke overtuiging. In de M-generatie lopen de subculturen in elkaar over. Individuen beperken zich vaak niet meer tot één stijl, maar maken een mix waardoor meer diversiteit ontstaat. In een literatuurstudie van Cultuurnetwerk Nederland³⁰ komt naar voren dat jongeren voornamelijk (pop)muziek, (/dans)evenementen, bioscopen en bibliotheken bezoeken. Klassieke, traditionele kunst en cultuur spreken nauwelijks aan. Tien tot veertien procent van de jongeren is lid van een cultuurgerelateerde vereniging of volgt les op het gebied van amateurkunst. Dit is een vrij constant gegeven.

Daarnaast is er nauwelijks verschil tussen de cultuurdeelname van allochtonen en autochtonen. Het opleidingsniveau van de ouders is de doorslaggevende factor bij het al dan niet deelnemen aan cultuur. Het doorgaans lagere opleidingsniveau van allochtone ouders is dan ook de oorzaak van geringere cultuurdeelname door allochtone jongeren, niet de cultuur zelf. Echter, als het om actieve vormen gaat zijn allochtone jongeren actiever.³¹

In het tweede deel van de studie waarvan ik hier uitga zijn 12 jongerenprojecten uitgebreid bekeken en beschreven. Bij elk project is gekeken naar wat goed ging en wat minder goed. Ook de verschillende wijzen van aanpak zijn geanalyseerd. Jongeren alles zelfstandig laten doen kost veel tijd en lijkt daardoor weinig efficiënt, maar heeft op langere termijn een veel diepgaander effect op de betrokkenen. Begeleiding en advisering door cultuurkenners spaart tijd maar blijkt minder effectief. Begeleide projecten blijken voor jongeren oppervlakkiger en vrijblijvender.³²

De **omvang en samenstelling** van een cluster ontstaat vaak door demografische veranderingen. Een geboortegolf bijvoorbeeld kondigt vaak een nieuwe generatie aan. De M-generatie is geboren tussen 1985 en 2000 en zijn nu de kinderen en jongeren van deze tijd. In Nederland wonen op dit moment ongeveer 2,6 miljoen mensen die we jeugd mogen noemen. Het is vooral een multicultureel cluster. De M-generatie groeit op in een relatief veilige omgeving en in een tijd die gekenmerkt wordt door welvaart.³³

Generationale cultuur wil zeggen dat generaties zich onderscheiden door een eigen culturele stijl. Becker geeft aan dat elke generatie een eigen generationele

²⁹ Haan, J. de, 2006

³⁰ Damen, M., F. Haanstra & H. Henrichs, *Cultuur + Educatie. Een kwarteeuw onderzoek naar kunst- en cultuureducatie in Nederland*, 2002

³¹ Idem

³² www.cultuurplein.nl/vo/theorie/onderzoek/cultuurdeelnamejongeren, 25 mei 2006

³³ Haan, J. de, 2006

cultuur heeft. De media spelen een grote rol bij de ontwikkeling van een generationele identiteit. De M-generatie heeft te maken met de mediarevolutie van het Internet. De komst van nieuwe media zorgt voor grote gevolgen in de ontwikkeling van communicatie- en informatiestromen die de culturele identiteit beïnvloeden. Niet voor niets wordt deze generatie ook wel de "Netgeneratie" genoemd, omdat de invloed van het Internet zo kenmerkend is voor hun generationele identiteit. In tegenstelling tot de voorgaande generaties zijn ze opgegroeid en vertrouwd geraakt met de nieuwe media.

Generationale organisaties spelen een rol in het ontstaan van nieuwe generaties. Hieronder worden zowel jeugdbewegingen als nieuwe media (radio, televisie, Internet) verstaan. Zowel de media, politiek, marktonderzoek en wetenschappers maken gebruik van generaties als referentiekaders om zo kiezers en consumenten te bereiken. Er zijn een aantal generationele organisaties te onderscheiden in de M-generatie. Het leven van jongeren speelt zich niet alleen meer af op school, thuis en de vereniging, maar heeft zich deels verplaatst naar een virtuele omgeving. Dit heeft uiteindelijk ook invloed op gedrag en waardenoriëntaties. Jongeren gebruiken het Internet vooral om nieuwe contacten te maken en bestaande contacten te onderhouden.³⁴

Als we kijken naar de theorie van Becker kunnen we ons afvragen in hoeverre zijn hypothesen van *socialisatie* en van *relatieve schaarste* van toepassing zijn op de M-generatie. De socialisatiehypothese geeft een verklaring voor het ontstaan van waardenoriëntaties. Eerder werd al duidelijk dat het belang voor gelijke kansen voor mannen en vrouwen steeds groter is geworden. Jongeren van nu hechten ook veel belang aan vrije tijd en kwaliteit van het leven. Deze waardenoriëntaties, die zich nu vormen in de formatieve periode van de jongeren, zouden in het verdere leven van de jongerengeneratie een grote rol blijven spelen. Of de socialisatie hypothese van toepassing is op de M-generatie kunnen we eigenlijk pas zien na 20 of 30 jaar, dan zien we of de generatie volgens dezelfde waardenoriëntaties geleefd heeft. De hypothese voor relatieve schaarste geeft een verklaring voor de invloed van trendbreuken op de waardenoriëntaties en gedragspatronen van een generatie. De M-generatie wordt gekenmerkt door het gebrek aan schaarste. De generatie groeit op in een tijd van veiligheid en welvaart en multiculturaliteit. De kansen voor werkgelegenheid zijn voor de beginners iets minder dan werkende mensen, maar er is geen sprake van grote jeugdwerkloosheid.

1.3 Deelconclusie

Doel van dit hoofdstuk was om uiteindelijk de vraag te beantwoorden: *Welke kenmerken heeft de huidige jongerengeneratie in Nederland in vergelijking met de kenmerken die Becker aan de voorgaande generaties geeft?* te beantwoorden. In de eerste plaats hebben we gezien dat generaties gevormd worden doordat een groep mensen die op een bepaald tijdstip zijn geboren en door gezamenlijke gebeurtenissen in hun formatieve periode dezelfde waardenoriëntaties en gedragspatronen ontwikkelen en wij hebben ook gezien wat de kenmerken van een generatie zijn, namelijk *levenslopen, waardenoriëntaties en gedragspatronen, omvang en samenstelling, generationele cultuur en generationele organisaties*. Vervolgens is duidelijk geworden dat de zeven

³⁴ Idem

kenmerken toe te passen zijn op de M-generatie. In het geval van het kenmerk generationele cultuur kunnen we bijvoorbeeld vaststellen dat deze zich voor een groot deel afspeelt in een virtuele omgeving. Dit uit zich bijvoorbeeld in een toename voor de belangstelling van digitale kunst. De digitalisering van de leefwereld van jongeren is ontstaan door de mediarevolutie. Deze valt samen met de formatieve periode van de M-generatie. De toepasbaarheid van de hypothesen van *socialisatie* en van *relatieve schaarste* tenslotte, kan echter pas jaren later vastgesteld worden, omdat dan pas duidelijk is of waardenoriëntaties en trendbreuken daadwerkelijk van invloed zijn geweest.

Wat zijn de sterke en zwakke punten van de generatietheorie? Becker geeft in ieder geval een goede definitie van het begrip generatie door zeven kenmerken te omschrijven. De kenmerken lenen zich goed om een beschrijving te geven van de nieuwe jongerengeneratie. De kenmerken gebruikt hij zelf alleen niet altijd even consequent. In het boek *Generaties en hun kansen* hanteert hij het begrip generationele cultuur anders dan in zijn boek *De toekomst van de Verloren Generatie*.

In de volgende hoofdstukken zal ik bijzonder aandacht besteden aan de kenmerken gedragspatronen, generationele cultuur en generationele organisaties in de M-generatie. Zoals ik al eerder aangaf wordt onder gedragspatronen onder meer cultuurdeelname verstaan. Generationele cultuur wil zeggen dat generaties zich onderscheiden door een eigen culturele stijl. Volgens Becker heeft elke generatie een eigen generationele cultuur met een culturele stijl. Vooral de media, in het bijzonder Internet, spelen een grote rol bij de ontwikkeling van een generationele identiteit van de M-generatie. Deze beïnvloedt de culturele identiteit. Generationele organisaties spelen een rol in het ontstaan van nieuwe generaties. Er zijn een aantal generationele organisaties te onderscheiden in de M-generatie, zoals de school, de vereniging en een virtuele omgeving. Zowel de school als de virtuele omgeving zal ik nader onderzoeken.

Hoofdstuk 2 – Mediatheorieën en begripsbepalingen

Door de massale groei van het media aanbod, zijn de grenzen tussen teksten en werkelijkheid vervaagd. Sommige wetenschappers beweren zelfs dat mediateksten geen betekenis hebben, maar dat die pas tot stand komt in de interactie met het publiek. In dit hoofdstuk worden eerst een aantal van de mediatheorieën toegelicht, namelijk de studie van McLuhan, de "Uses and Gratifications"- benadering en de culturele indicatorenbenadering. Deze drie benaderingen lijken mij het beste te passen in dit onderzoek, omdat ze gebruikt kunnen worden om te kijken in hoeverre het gedrag en de meningen van jongeren worden beïnvloed door het gebruik van Internet. De theorieën en benaderingen proberen de effecten van massacommunicatiemiddelen te verklaren. De basisgedachte van McLuhans benadering is de gedachte dat een maatschappij die nieuwe technologieën gaat gebruiken, in dit geval het Internet, daardoor zelf ook verandert. De "Uses and Gratifications"-benadering beschrijft functies van media in termen van de behoeften van ontvangers en deze kunnen we gebruiken om te kijken welke behoeften en verwachtingen het Internet vervult. Tot slot komt de culturele indicatorenbenadering aan bod. Deze gaat er vanuit dat de massamedia een sociale functie hebben in onze samenleving. De massamedia doen volgens deze benadering dienst als cultuurverspreider, daarom licht ik deze theorie toe om te kijken in hoeverre het Internet dienst doet als cultuurverspreider. Zo komt het tot de centrale vraag van dit hoofdstuk, namelijk:

Welke verklaringen zijn er te vinden voor de aantrekkingskracht van de virtuele wereld op jongeren wanneer we uitgaan van deze drie mediatheorieën?

Daarnaast zal ik nog een aantal begrippen definiëren die volgens mij belangrijk zijn om een beter beeld te vormen van het begrip virtuele omgeving. Dit zijn "online community" en "e-learning".

2.1 Mediatheorieën

2.1.1 McLuhan

McLuhan gaat er vanuit dat de media veel macht hebben. De basis van de theorie is de gedachte dat een maatschappij die nieuwe technologieën gaat gebruiken daardoor ook zelf verandert. McLuhan is een Canadese wetenschapper in de mediastudies en grondlegger van het concept "global village"³⁵. Hij werd in de jaren zestig beroemd door zijn stelling dat elektronische media, vooral de televisie, de wereld zouden veranderen in een "global village" waarin het medium de boodschap is. Anders gezegd het medium zal een grotere invloed op mensen uitoefenen dan de inhoud zelf. Hij is de auteur van o.a. "*The Gutenberg Galaxy*"³⁶ en "*Understanding Media*"³⁷. In "*The Gutenberg Galaxy*" vergelijkt McLuhan de pre-literaire, niet-Westerse, mens met de Westerse "scribal man" (een produkt van de "manuscriptcultuur" vóór 1500) en de "typographic man" (ingebod in de "drukcultuur" na 1500). Hij komt tot de conclusie dat de introductie van het fonetische alfabet en de boekdrukkunst telkens een grote culturele verandering hebben veroorzaakt. De pre-literaire mens leeft in een wereld van orale communicatie die erg verschilt van de rechtlijnige "visuele ruimte" van het Westerse, literaire wereld. In "*Understanding Media*" beweert McLuhan dat het informatietijdperk het beeld van de geschiedenis veranderd heeft. Met de komst van cybernetische cultuur zijn we volgens McLuhan teruggegaan naar een pre-literair wereldbeeld: mythisch in plaats van rationeel, tactiel in plaats van visueel, geïntegreerd in plaats van gefragmenteerd. De informatietechnologie verandert onze wereld in een "global village". Hij beweert dat de media een verlenging is van de menselijke zintuigen die zowel het individu als de maatschappij in een eigen overtuigende manier beïnvloeden. Oftewel "de verwijding van enig menselijk vermogen"³⁸. Hij verdeelt de media in "hot" en "cold". Een "hot" medium is een medium met hoge intensiteit en vraagt weinig participatie, zoals radio, film en fotografie. Een "cold" medium heeft een lage intensiteit en zorgt voor diepe betrokkenheid, maar is gericht op het object zelf. De betrokkenheid uit zich in activiteiten om het object te begrijpen, zoals telefoon en televisie. Technologie is volgens McLuhan een uitbreiding van onze biologie.³⁹

"Global village" (mondiaal dorp) is een door McLuhan bedachte term die hij in "*Understanding Media*"⁴⁰ beschrijft als de trend van massamedia die de tijds- en plaatsbarrières van de menselijke communicatie steeds meer wegneemt, waardoor mensen op een mondiale schaal kunnen communiceren. De wereld is zogezegd in een dorp veranderd. Veel mensen zien het Internet als de daadwerkelijke voltrekking van de "global village". Het concept "global village" wordt voor het eerst gebruikt in 1959⁴¹, ver voordat de vorming van de "global village" daadwerkelijk plaats vindt.

Een andere term die McLuhan heeft bedacht is "The Medium is the Message", het medium is de boodschap. Daarmee bedoelt hij dat niet de inhoud van het

³⁵ Boer, C. de en S.I. Brennecke, Media en Publiek: Theorieën over media-impact, 1999, p. 87

³⁶ McLuhan, Marshall. The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man., 1962

³⁷ McLuhan, Marshall. Understanding Media: The Extensions of Man. 1964

³⁸ Idem, p.84

³⁹ Idem, P. 83-84

⁴⁰ McLuhan, M., *Understanding Media: The extensions of man*, 1964

⁴¹ Idem

medium, maar het medium zelf tot persoonlijke en sociale verandering van denkpatronen of handelingen leidt. Internet, TV, mobiele telefonie veranderen het doen en denken van de mens, meer dan dat de werkelijke inhoud van de media dat doen. Een belangrijke vaststelling is het feit dat de inhoud van ieder medium een ander, net iets ouder medium is - de roman bijvoorbeeld is de inhoud van de film, en film is de inhoud van televisie.⁴² McLuhans ideeën komen in de jaren negentig opnieuw in de belangstelling door de explosieve groei van het Internet. Hij wordt door heel wat mensen beschouwd als de belangrijkste theoreticus van het informatietijdperk. Door de globalisering en digitalisering bijvoorbeeld komen culturen en tijdzones bij elkaar en ontstaat de neiging tot hybriditeit van onze cultuur. Het "global village" concept is daarom nog steeds een veelbesproken onderwerp.

Eco is een bekende Italiaanse schrijver en hoogleraar in de semiotiek aan de universiteit van Bologna. Hij zegt in zijn openingrede op een congres in de jaren tachtig over het toenemende analfabetisme dat de huidige en nieuwe computergeneratie alfabetisch gericht zijn en niet beeldgericht. Het hoofdkenmerk van een computerscherm is dat het meer alfabetische letters dan beelden bevat en toont. Daarnaast wordt de jongerengeneratie getraind om met hoge snelheid te lezen. Een van de grootste bezwaren tegen de nieuwe geletterdheid is dat jongeren een ander soort taal aanleren, die veel korte en cryptische woorden bevat. De M-generatie heeft zich de zogenaamde "msn-taal" eigen gemaakt. Deze taal bestaat uit korte woorden met cijfers en andere tekens. Voor volwassenen is deze taal moeilijk te begrijpen en veroorzaakt een kloof tussen jongeren en volwassenen. Hier kom ik later op terug in het volgende hoofdstuk.

2.1.2 De "Uses and Gratifications"-benadering

De "Uses and Gratifications"-benadering stamt uit de jaren zeventig en is een reactie op het traditionele massacommunicatieonderzoek dat gericht is op de zender en de inhoud van mediaboodschappen. De belangrijkste representanten van deze stroming zijn Katz, Blumler & Gurevitch⁴³. Deze benadering is een voorbeeld van de zogenaamde "Actieve"-mediatheorie. De vertegenwoordigers van de "Uses and Gratifications"-benadering zijn ervan overtuigd dat de zender en de media-inhoud van ondergeschikt belang zijn, en daarom niet onderzocht hoeven te worden. De "Uses and Gratifications"-benadering biedt in het geval van het gebruik van websites goede aanknopingspunten. Deze theorie beschrijft namelijk functies van media in termen van de behoeften van ontvangers. In het geval van dit onderzoek is dat de huidige jongerengeneratie. De theorie ziet ontvangers als actieve deelnemers aan communicatieprocessen en geeft antwoord op de vraag waarom mensen bepaalde media en media-inhoud consumeren⁴⁴. In het volgende citaat wordt duidelijk dat mediagebruik volgens de benadering voort komt uit behoeften van het publiek: "De "Uses and Gratifications"-benadering bestudeert de sociale en psychologische oorsprong van behoeften die verwachtingen wekken ten aanzien van massamedia of andere bronnen. De opgewekte verwachtingen leiden vervolgens tot een gedifferentieerd patroon van blootstelling aan de media met als resultaat een vervulling van

⁴² Idem, p. 85

⁴³ Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M., *Uses of Mass Communications by the Individual*. In: J.G. Blumler & E. Katz (eds.), *The uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 1974

⁴⁴ Boer, C. de en S.I. Brennecke, 1999, p. 98

behoefte en andere gevolgen, die misschien niet eens worden nagestreefd".⁴⁵ De inhoud van een media tekst is van ondergeschikt belang, de ontvanger onthoudt en gebruikt alleen datgene uit een bepaalde mediaboodschap dat voor hem of haar van belang is.

Er zijn negen kenmerken van de benadering in de literatuur beschreven⁴⁶:

- 1 Het publiek, bestaande uit individuele ontvangers, is actief.
- 2 Mediagebruik is doelgericht, individuen kiezen bewust.
- 3 De media concurreren met andere bronnen van behoeftebevrediging.
- 4 Er is een verband tussen behoeften van mensen en hun mediakeuze.
- 5 Mediagebruik kan diverse behoeften bevredigen, daarbij hoeven de verwachtingen niet overeen te komen met de behoeften die tot blootstelling aan een mediaboodschap hebben geleid.
- 6 Op basis van de media-inhoud kan geen nauwkeurige schatting van het behoeftepatroon worden gemaakt. Dat komt doordat deze niet direct aan de media-inhoud is af te leiden.
- 7 De media-inhoud structureert de mogelijkheden tot behoeftebevrediging. De media-inhoud bepaalt dus de beperkingen in de mogelijkheden tot behoeftebevrediging.
- 8 De verkregen voldoening kan voortvloeien uit
 - de media-inhoud
 - de blootstelling aan de media als zodanig, onafhankelijk van de inhoud
 - en/of uit de situatie waarin de blootstelling plaatsvindt.
- 9 Vanuit de benadering wordt geen waardeoordeel gegeven over de culturele betekenis van de massamedia noch over de aan het mediagebruik ontleende bevrediging.

Eén van de zwakke punten van de benadering is het ontbreken van een duidelijke, theoretische indeling van behoeften en voldoeningen. Elke onderzoeker maakt zijn of haar eigen indeling, die uiteindelijk wel in grote lijnen overeenkomen. Zo maakt Overste in zijn onderzoek naar televisie een onderscheid in 26 motieven, die hij later verdeelt in vier clusters: informatie/educatie, ontspanning/ontsnapping, verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld. Uit het onderzoek bleek dat, met uitzondering van het informatie/educatie cluster, mensen niet door specifieke programma's in hun behoeften werden voorzien, maar meer door het medium als zodanig.⁴⁷

Levy en Windahl hebben in de jaren tachtig een studie naar het televisienieuws uitgevoerd om het concept publieksactiviteit te verduidelijken. Mensen werden ondervraagd over gezochte en verkregen behoeftebevrediging. Op deze uitspraken kwamen uiteindelijk drie categorieën naar voren, namelijk: ontspanning en parasociale bevrediging, "surveillance" en kijk op de wereld en tot slot interpersoonlijke bruikbaarheid.⁴⁸ De indelingen van de onderzoekers vertonen overeenkomsten, maar ze maken wel gebruik van een eigen interpretatie van de motieven.

⁴⁵ Idem, p. 99

⁴⁶ Idem, p. 102

⁴⁷ Idem, p. 109

⁴⁸ Idem, p.109

2.1.3 Culturele indicatorenbenadering

De culturele indicatorenbenadering of cultiveringstheorie maakt onderdeel uit van de zogenaamde "audience cum content" benaderingen. Hier wordt aandacht besteed aan het publiek en aan de media-inhoud. De culturele indicatortheorie is een theorie die in de jaren zeventig door Gerbner is ontwikkeld. De culturele indicatorenbenadering gaat er vanuit dat de massamedia, met name televisie, een sociale functie hebben in onze samenleving. Gerbner spreekt van "*the public ability of the media*". Hierin gebruikt hij het woord "public" op twee manieren. Ten eerste bedoelt hij hiermee dat de media in staat zijn om opvattingen en informatie openbaar (publiek) te maken. Ten tweede bedoelt hij dat de media van de individuele ontvangers van boodschappen een publiek maken, een homogene groep.⁴⁹

In het Westen hebben de massamedia een grote sociale functie en hebben daarom de rol van cultuurverspreider. De massamedia verspreiden waarden en normen die door het publiek worden overgenomen. Vanuit deze benadering proberen wetenschappers te onderzoeken hoe de media de maatschappij op cultureel niveau kunnen beïnvloeden. Hierbij wordt het onderscheid gemaakt tussen de verhalen en het nieuws die de massamedia bieden en de gebeurtenissen in de realiteit. Bij televisie is er vaak sprake van fictie. Deze geeft een vertekend beeld van de realiteit weer. Baudrillard noemt dit een hyperrealiteit.⁵⁰ Massamedia produceren volgens hem non-communicatie. Echte communicatie kan enkel bestaan wanneer er ruimte is voor wederzijdse vraag en antwoord en persoonlijke verantwoordelijkheid en plicht. In de massamedia is dit volgens Baudrillard onmogelijk, ze zijn slechts een simulatiemodel van communicatie.

De culturele indicatorenbenadering richt zich dan ook op de manier waarop de inhoud van de massamedia een schijnwereld creëert. Vervolgens wordt er gekeken hoe deze schijnwereld de perceptie en reactie op de "echte" werkelijkheid van de ontvanger vormt. Opvallend uitgangspunt van de benadering is dat er wordt gesteld dat het publiek non-selectief is. Volgens Gerbner en zijn collega's geldt deze non-selectiviteit niet voor alle media, maar in ieder geval wel voor de televisie. Mensen kiezen ervoor om op bepaalde tijden naar programma's te kijken en kijken niet speciaal voor één programma.⁵¹

Tot slot gaat deze theorie ervan uit dat massacommunicatie niet een eenzijdig lineair proces is. Enerzijds worden de opvattingen van het publiek bepaald door de media, maar anderzijds worden de opvattingen van het publiek weer opgenomen in de mediaproducten.⁵² Hierdoor wordt de maatschappij ook gereflecteerd in de inhoud van de massamedia. De benadering heeft zich vooral gericht op onderzoek naar de invloed van televisie, toch is deze theorie ook goed te gebruiken voor verschillende onderwerpen zoals het Internet.

⁴⁹ Boer, C. de en S. Brennecke, 1999, p.162

⁵⁰ Gils, W. van, *Realiteit en illusie als schijnvertoning: Over het werk van Jean Baudrillard*, 1986, p. 89

⁵¹ Boer, C. de en S. Brennecke, 1999, p. 163

⁵² Idem, p. 164.

2.2 Begrippen

Door de komst van het Internet spelen de begrippen "online community" en "e-learning" een rol in het dagelijkse leven van de M-generatie. Ik zal in deze paragraaf kort weergeven wat deze begrippen inhouden.

2.2.1 Online community

Een "Virtual Community" ("online community") is een online ontmoetingsplaats waar mensen zich verzamelen, elkaar opzoeken en met elkaar in contact treden op basis van een gemeenschappelijke interesse. Dit gebeurt meestal in de vorm van een website of een informatiebibliotheek, via een webadres. Bijzonder aan deze vorm is de hoge mate van personalisatie van deelnemers, de mogelijkheid tot interactiviteit en sociale communicatie. Een virtuele gemeenschap vormt in feite een gemeenschap van mensen. De mogelijkheden van een gemeenschap voorzien in een aantal behoeften namelijk:

- Communicatie: email, "chat", "bulletin boards", "direct messaging"
- Entertainment : games, "magazines", enquêtes, "dating", "confessionals"
- Business: ruilen, kopen, onderzoek, nieuws, "information retrieval", "banking", verkopen

Deze functies zijn niet nieuw. Wat een "online community" bijzonder maakt is de wijze waarop iemand zich kan presenteren binnen een online gemeenschap. Een persoon meldt zich aan op de manier waarop hij of zij gezien wil worden. De "community" wordt dusdanig in beeld gebracht naar de persoonlijke interesses en voorkeuren. Iemand doet mee aan de activiteiten waar hij zelf voor gekozen heeft. De hoge mate van interactiviteit creëert op die manier een sociale en vertrouwde omgeving voor de deelnemers. Om een "online community" draaiende te houden zijn complexe en geavanceerde "interface" en onderliggende programmatuur en "database" structuren nodig. Daarnaast is een voortdurende aanvoer van "up-to-date" inhoud nodig, die herhaald bezoek van de beoogde doelgroepen aan de "virtual community" de moeite waard maakt.⁵³

2.2.2 E-learning⁵⁴

"E-learning" is de verzamelnaam voor het vormgeven van leersituaties (formeel en informeel) met behulp van informatie- en communicatietechnologie (in het bijzonder internettechnologie). Sinds ongeveer 1999 wordt de term "e-learning" gebruikt. "E-learning" wordt gebruikt binnen bedrijfsopleidingen en binnen het onderwijs. In de context van "e-learning" is een "online community" zodanig ingericht dat de lerenden in contact kunnen komen met anderen en samen kunnen leren en kennis delen. De "online community" faciliteert in deze behoeften. De inhoud in de "community" wordt veelal door de leden bepaald, in dit geval de lerenden.

"E-learning" wordt geassocieerd met leeractiviteiten waarbij men interactief gebruik maakt van een computer die verbonden is met een computernetwerk. Een andere definitie van "e-learning" (in brede zin) is: elke leervorm die gebruik

⁵³ <http://www.rug.nl/rc/organisatie/pictogram/archief/199902-1/vc-pict.htm>, 11/4/2006

⁵⁴ <http://www.e-learning.nl/subpage.aspx>, 11/4/2006

maakt van een computernetwerk voor distributie, communicatie over en weer en facilitering. "E-learning" begint net zoals veel woorden met een "e". Deze e duidt op een elektronische component: in dit geval duidt de "e" op het gebruik van de elektronische snelweg (Internet) en de bijbehorende technologie. Een van de eigenschappen van "e-learning" is dat het plaats- en tijdonafhankelijk onderwijs mogelijk maakt. "E-learning" richt zich op:

- Het leerproces zelf, zowel individueel als in groepsverband.
- Het ontwikkelen en beheersen van leermateriaal en leerprocessen.
- Het organiseren van leeractiviteiten.

"E-learning" wordt gebruikt op scholen (bijvoorbeeld bij Regionale Opleidings Centra, HBO-instellingen of Universiteiten) en binnen bedrijven. In het laatste geval spreekt men dan vaak van "corporate e-learning". Begrippen die vaak worden geassocieerd of synoniem worden gesteld aan "e-learning" zijn: "Elektronische leeromgevingen" (ELO's), "Computer Based Training" (CBT) of "Computer Ondersteund Onderwijs" (COO) en "Webbased Learning". De verwachtingen ten aanzien van "e-learning" waren in het begin erg hoog. Echter de groei van "e-learning" was niet zo spectaculair als gedacht.⁵⁵ Leren werd niet altijd sneller, efficiënter en interactiever. Inmiddels weet men "e-learning" steeds beter toe te passen, doordat mensen meer ervaring hebben met het gebruik van "e-learning". Op dit moment is de toepassing van internettechnologie weer volop in ontwikkeling. Men is bijvoorbeeld beter gaan nadenken over een mix tussen "face-to-face" leren en online leren. Dit wordt "blended learning" genoemd. Omdat blijkt dat mensen die enkel online leren sneller afhaken dan mensen die "blended learning" volgen. Er wordt daarbij bijvoorbeeld gekeken hoe ICT de fysieke leeractiviteiten kan versterken. Volledig online leren vindt meestal alleen plaats als de betrokkenen niet in staat zijn om elkaar persoonlijk te ontmoeten (bijvoorbeeld door grote afstanden).

2.3 Deelconclusie

Doel van dit hoofdstuk was de vraag te beantwoorden: *Welke verklaringen zijn er te vinden over de aantrekkingskracht van de virtuele wereld op jongeren wanneer we uitgaan van de mediatheorieën?* In de eerste plaats hebben we gezien dat mediatheorieën en benaderingen verklaringen kunnen geven over de effecten van massacommunicatiemiddelen op het gedrag en de meningen van jongeren.

McLuhan gaat uit van de gedachte dat een maatschappij die nieuwe technologieën gaat gebruiken daardoor ook zelf verandert. De jongerengeneratie bijvoorbeeld wordt door de komst van Internet getraind om met hoge snelheid te lezen. Een van de grootste bezwaren tegen de nieuwe geletterdheid is dat jongeren een ander soort taal aanleren, welke voor een kloof tussen jongeren en ouderen zorgt. Door de komst van de massamedia zijn de tijds- en plaatsbarrières aan het verdwijnen. Jongeren kunnen veel makkelijker dan voorheen communiceren met mensen over de hele wereld, ze leven in een "global village". De sociale netwerken van jongeren zijn mondiaal geworden. Jongeren kunnen bij wijze van spreken met hetzelfde gemak een e-mail sturen

⁵⁵ Rubens, W. en W. Admiraal, W. , *Samenwerkend leren met behulp van ICT binnen het Europese onderwijs: ervaringen met Synergieia in vier landen*, 2003

naar een vriend in Japan als naar een vriend in Nederland. McLuhan geeft met de uitspraak "The Medium is the Message" aan dat, niet de inhoud van het medium, maar het medium zelf tot persoonlijke en sociale verandering van denkpatronen of handelingen leidt. De M-generatie groeit op met de nieuwe technologieën; computers, mp3-spelers en mobiele telefoons maken onderdeel uit van de identiteit van jongeren. Het wordt haast vanzelfsprekend dat jongeren bijvoorbeeld altijd bereikbaar zijn op hun mobiele telefoon. Het medium zelf lijkt steeds belangrijker te worden en niet zozeer de inhoud of functie ervan. In het derde hoofdstuk zullen we zien hoe makers van profielwebsites hier op in spelen.

De "Uses and Gratifications"- benadering geeft antwoord op de vraag waarom mensen bepaalde media en media-inhoud consumeren. In het vierde hoofdstuk wil ik uitzoeken waarom de M-generatie bepaalde internetsites consumeert. Volgens de "Uses and Gratifications"- benadering komt mediagebruik voort uit behoeften van het publiek en uit de voldoening (gratificatie), die men aan het mediagebruik denkt te ontleen. Een aantal onderzoekers hebben een theoretische indeling van behoeften en voldoeningen gemaakt, die in grote lijnen overeenkomen. In de meeste gevallen komt het neer op de volgende clusters, namelijk informatie/educatie, ontspanning/ontsnapping, verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld. Deze indeling gebruik ik in het vierde hoofdstuk om zelf clusters te formuleren voor mijn onderzoek naar internetsites.

Door middel van de culturele indicatorenbenadering wordt gekeken hoe de media de maatschappij op cultureel niveau kunnen beïnvloeden. In het Westen hebben de massamedia de rol van cultuurverspreider en verspreiden zo waarden en normen die door het publiek worden overgenomen. De M-generatie komt door middel van de massamedia in aanraking met kunst en cultuur. Het Internet bijvoorbeeld is voor de jongeren een bron van informatie, vooral het downloaden van films en muziek is erg populair onder jongeren. In het volgende hoofdstuk kunnen we zien welke rol de massamedia als cultuurverspreider speelt in het Nederlandse onderwijsstelsel.

In dit hoofdstuk kwamen tot slot de termen "online community" en "e-learning" aan bod. Deze zijn door de komst van Internet een belangrijke rol in het dagelijkse leven van de M-generatie gaan spelen. Een "virtual community" is een online ontmoetingsplaats (gemeenschap) waar jongeren zich kunnen verzamelen, elkaar opzoeken en met elkaar in contact treden op basis van een gemeenschappelijke interesse. Dit gebeurt binnen de M-generatie meestal in de vorm van een profielwebsite, welke ik in het vierde hoofdstuk verder ga onderzoeken. "E-learning" is de verzamelnaam voor het vormgeven van leersituaties met behulp van informatie- en communicatietechnologie (in het bijzonder internettechnologie). In het volgende hoofdstuk beschrijf ik in hoeverre "e-learning" wordt toegepast in het Nederlandse onderwijsstelsel.

Hoofdstuk 3 – De M-generatie: achtergrond

Zoals ik al eerder aangaf in hoofdstuk 1 besteed ik extra aandacht aan de kenmerken organisatie van generaties en gedragspatronen. In dit hoofdstuk besteed ik speciale aandacht aan de organisatie school en de cultuurdeelname als onderdeel van de gedragspatronen. De laatste jaren zijn er ingrijpende ontwikkelingen gaande in het Nederlandse middelbaar onderwijs. Na de invoering van de Tweede Fase in het voortgezet onderwijs is nu de basisvorming in de onderbouw aan de beurt. Cultuureducatie vindt op grote schaal plaats in Nederland. Cultuureducatie gaat een steeds groter wordende rol spelen in het middelbaar onderwijs, jongeren raken zo steeds meer vertrouwd met kunst en cultuur. Dit heeft alles te maken met de cultuurdeelname in Nederland. Daarnaast zijn er met de komst van de nieuwe media nieuwe onderwijsmogelijkheden bij gekomen.

De toename van het Internetgebruik onder jongeren heeft grote gevolgen voor het onderwijs. Leerlingen boeken veel leerwinst door verbeterde ICT-voorzieningen op school. De digitale kloof tussen leraar en leerling wordt steeds groter. Op het Internet kunnen de leraren de jongeren moeilijk bijhouden en blijft hun rol beperkt tot sturen van het gedrag van de leerlingen. Over de inhoud van de informatie op het Internet kunnen zij enkel een schatting maken. De digitale achterstand van leraren lijkt onoverbrugbaar. De leraren kunnen de leerlingen echter wel bijbrengen hoe zij online met elkaar moeten omgaan en hoe ze bijvoorbeeld informatie van Internet op waarde moeten schatten. Dit zijn enkele resultaten uit een onderzoek naar ICT-gebruik onder jongeren van het Sociaal en Cultureel Planbureau⁵⁶. Volgens de onderzoekers komen de effecten van ICT-gebruik bij leerlingen tot uitdrukking in meer leren, sneller leren, met meer plezier leren en zichzelf succesvoller voelen. Deze leerwinst is toe te schrijven aan betere computervoorzieningen in het onderwijs, verbeterde kwaliteit van computerprogramma's en toename van de ICT-vaardigheden bij leerlingen. In hoofdstuk vier wil ik onderzoeken in hoeverre ICT-voorzieningen, in dit geval CKV sites, een aanvulling vormen op het reguliere CKV onderwijs. Om dit goed te kunnen onderzoeken zal in dit hoofdstuk eerst een overzicht volgen van het middelbaar onderwijs in Nederland en de plaats van cultuureducatie binnen dit stelsel. Zo ben ik tot mijn centrale vraag voor dit hoofdstuk gekomen die luidt:

Hoe wordt cultuureducatie vormgegeven binnen het Nederlandse onderwijsstelsel?

Om deze vraag te beantwoorden kijk ik in dit hoofdstuk allereerst naar de cultuurdeelname in Nederland en vervolgens naar de manier waarop het middelbaar onderwijs is ingevuld en in het bijzonder cultuureducatie in Nederland. Ik ga daarbij uit van het beleid van het Ministerie van OCW. De centrale vraag heb ik uitgesplitst in twee deelvragen:

Hoe wordt het middelbaar onderwijs in Nederland vormgegeven?

Welke ontwikkelingen heeft cultuureducatie ondergaan en wat is de huidige stand van zaken?

⁵⁶ Van den Broek, A., F. Huysmans en J. de Haan, *Cultuurminnaars en cultuurmijders*, 2005

3.1 Cultuurdeelname in Nederland

3.1.1. Cultuurdeelname algemeen

De resultaten van onderzoek naar cultuurdeelname in Nederland zijn een van de peilers waar de overheid haar cultuureducatiebeleid op richt. Daarom begin ik deze paragraaf met een beeld te schetsen over de cultuurdeelname in Nederland. In het boek *Cultuurminnaars en cultuurmijders*⁵⁷ is de cultuurdeelname in Nederland in diverse trends uiteengezet. Daaruit komt naar voren dat ouderen en hoger opgeleiden de meeste tijd besteden aan kunst. Volgens de onderzoekers kan de toegenomen invloed van de massamedia wellicht bijdragen aan de democratisering van de kunsten. Doordat jongeren en lager opgeleiden veel gebruik maken van de massamedia, zou de drempel naar kunst en cultuur lager kunnen worden. Het Internet is een nieuwe verzamelplaats voor culturele informatie. Massamedia zijn volgens de onderzoekers de ideale manier om kunst en cultuur te verspreiden. Meer mensen komen via radio, televisie en Internet met kunst en cultuur in aanraking, dan door het bezoek aan culturele instellingen. Een keerzijde aan dit verhaal is het feit dat kunst tot nu toe ook via de elektronische snelweg een minderheid van de bevolking bereikt, dat wil niet zeggen dat dit in de toekomst niet zal veranderen.

De democratiseringstheorie gaat niet op als het gaat om radio en televisie, omdat ouderen en hogeropgeleiden vaker programma's over kunst op radio en televisie volgen dan jongeren en lageropgeleiden. Deze onderzoeksresultaten komen uit 2000 en we kunnen er vanuit gaan dat in een volgende meting hier veranderingen in zijn gekomen door het toegenomen gebruik van Internet. In het laatste kwartaal van 2003 had 71% van de Nederlanders vanaf 6 jaar toegang tot Internet thuis. Bijna de helft hiervan had een breedband aansluiting. De laatste groep had daarom nog beter de mogelijkheid om 'culturele content' te downloaden, zoals mp3 muziek, films en boeken.⁵⁸ Deze groep zal door de jaren heen alleen maar groter worden.

Culturele instellingen hebben hun digitale aanbod de afgelopen jaren sterk uitgebreid. Zo zijn collecties van musea en archieven vaak in een digitaal bestand opgenomen met als uiteindelijk doel om een digitaal netwerk van het totale aanbod te verwezenlijken. De overheid ontwikkelt daartoe ook zogenaamde cultuurportals om het aanbod toegankelijker te maken voor de digitale bezoeker. Zodra er weer een meting naar cultuurdeelname wordt gedaan, kunnen we volgens de onderzoekers ervan uitgaan dat Internet als toegang tot kunst en cultuur een grotere rol zal spelen dan tijdens de meting in 2000. Een voorwaarde is volgens de onderzoekers wel dat de gebruikers de vaardigheid hebben om met het grote aanbod om te gaan. Dat wil zeggen dat mensen wel op een juiste manier moeten 'surfen' op het net.⁵⁹ Volgens de onderzoekers betekent dit dat mensen moeten leren waar ze iets op het Internet kunnen vinden.

In het onderzoek werd per vorm van culturele belangstelling de spreiding over de bevolking weergegeven aan de hand van vier persoonskenmerken; sekse, leeftijd, opleidingsniveau en etniciteit. Daaruit kwam naar voren dat de receptieve deelname aan vormen die tot de populaire cultuur gerekend worden nog steeds toeneemt. Denk hierbij aan populaire muziek (+72%), cabaret

⁵⁷ Idem

⁵⁸ Idem, p. 66

⁵⁹ Idem, p. 68-70

(+27%) en film (+18%).⁶⁰ Bij alle manieren van culturele belangstelling, receptieve cultuurdeelname, cultuurdeelname via de media en actieve cultuurdeelname, zijn meer vrouwen dan mannen geïnteresseerd. Als het gaat om leeftijd kan geconcludeerd worden dat erfgoed, klassieke muziek, kunstprogramma's op tv en radio vooral ouderen aanspreekt. Aan de andere kant zijn jongeren en kinderen vooral geïnteresseerd in museumbezoek, toneelbezoek, bioscoopbezoek en actieve kunstbeoefening. Met betrekking tot het opleidingsniveau zien we dat bij alle vormen van culturele belangstelling meer hoger opgeleiden dan lager opgeleiden vertegenwoordigd zijn.⁶¹

Het cultuurbereik onder hoger opgeleiden nam de laatste jaren iets af, met uitzondering van de populaire cultuur. De uitbreiding van het onderwijs heeft niet bijgedragen aan de vergroting van het cultuurbereik, wat wel verwacht werd. Dit zou volgens de onderzoekers misschien kunnen betekenen dat er grenzen zitten aan het cultuurbereik. Ook de uitbreiding van het onderwijs loopt op den duur tegen het einde en de vraag is wat dit dan te betekenen heeft voor het cultuurbereik. Deze uitbreiding zou op zijn einde lopen, omdat hogeropgeleiden de grote vertegenwoordigers in de cultuursector zijn. Sekse en opleiding zijn vrij constante gegevens binnen de metingen, anders dan leeftijd en etniciteit. Een specifiek deel van het cultuurbeleid is vooral op deze laatste twee factoren gericht. Een voorbeeld hiervan is het Cultuur en School project en later het overkoepelende Actieplan Cultuurbereik. Hier kom ik later in het hoofdstuk op terug.

3.1.2 Cultuurdeelname onder Jongeren

De voornaamste ontwikkeling op het gebied van cultuurbereik onder jongeren en allochtonen is de stijging van het museumbezoek. Wanneer we kijken naar tabel 6.4 uit het onderzoek, zien we dat onder de groep jongeren (12-19 jaar) de populaire cultuuruitingen en het museum het grootste bereik hebben.

Tabel 6.4 Cultuurbereik naar leeftijd, 2003 (geïndexeerd, bevolkingsgemiddelde 2003 = 100)

	6-11 jaar	12-19 jaar	20-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65-79 jaar	≥ 80 jaar
museum	141	119	70	102	114	96	56
monumenten	106	96	82	109	123	90	42
archieven	.	.	88	90	128	85	22
archeologie ^a	.	.	90	91	101	111	113
actieve betrokkenheid bij erfgoed	.	.	34	88	159	181	128
toneel	170	127	91	94	97	71	61
professioneel toneel	121	90	102	107	106	71	73
ballet	94	84	71	120	132	82	68
cabaret	20	78	138	112	120	64	19
klassieke muziek	61	48	72	93	158	145	111
populaire muziek	69	102	147	123	83	29	10
cinema	139	158	130	107	62	30	15
kunstprogramma's op radio en televisie	32	62	93	106	130	126	129
literair lezen (minuten per week, 2000)	.	76	93	81	100	167	.
beeldende kunst	156	113	92	97	100	84	54
musiceren en/of zingen	163	165	91	88	82	77	63
theater	324	182	81	66	57	64	54

. Geen gegevens of te weinig observaties.

a Leeftijdscategorieën wijken af: hier achtereenvolgens 25-34 jaar, 35-44 jaar, 45-54 jaar, 55-64 jaar, ≥ 65 jaar.

Bron: SCP (AVO'03; TBO'00)

⁶⁰ Idem, p. 92. Cijfers uit 2003

⁶¹ Idem, p. 97. zie figuur 6.4 uit het onderzoek

De toenemende tijdsdruk en een versnipperde manier van vrijetijdsbesteding hebben volgens de onderzoekers geleid tot een nieuwe trend in cultuurparticipatie. Mensen hebben minder tijd en juist een groter vrijetijdsaanbod om uit te kiezen. Daarnaast wordt geconstateerd dat nieuwe generaties zich sterker tot de populaire cultuurindustrie aangetrokken voelen dan tot de traditionele cultuuruitingen. De onderzoekers voorspellen dat de nieuwe generaties zich waarschijnlijk niet alleen in hun formatieve periode tot de populaire cultuur aangetrokken voelen, maar dat zij op latere leeftijd deze voorkeur blijven houden.

3.1.3 Drie scenario's voor toekomstige deelname jongeren kunst en cultuur

Van de Broek en De Haan hebben de verwachting van toekomstige kunst en cultuurdeelname van jongeren in 2000 uitgewerkt tot drie scenario's, namelijk marginalisering, herwaardering en consolidering van cultuur.⁶² Het marginaliseringsscenario houdt in dat nieuwe generaties in toenemende mate trouw blijven aan hun voorkeur voor populaire cultuur, omdat kunst en cultureel erfgoed zich in mindere mate lenen voor een concurrentiestrijd in de media met populaire vormen van vrijetijdsbesteding. Het positieve herwaarderingsscenario en het consolideringsscenario, dat in een blijvend evenwicht voorziet, laten zich volgens de onderzoekers niet makkelijk omschrijven. Het laatste scenario is het meest realistische, wanneer de culturele sector wel de inzet verhoogt in de concurrentiestrijd om de vrijetijdsbesteding. De drie scenario's schetsen een beeld van de invloed van CKV op de cultuurdeelname van de jongerengeneratie.

In het geval van het marginaliseringsscenario zou dit betekenen dat wanneer de jongeren de voorkeur voor populaire cultuur houden, de interesse voor de kunsten en cultureel erfgoed verder afneemt. Hierbij is uitgegaan van de constatering dat het stijgende opleidingsniveau van de laatste jaren geen grotere culturele interesse teweeg heeft gebracht. Dit komt waarschijnlijk door het toegenomen vrijetijdsaanbod en de veranderende houding ten opzichte van vrijetijdsbesteding. Cultuur is op eenzelfde lijn komen staan met de vermaakindustrie. In het consolideringsscenario is weinig ruimte om naar de herwaardering van kunst en cultureel erfgoed te kijken onder de jongere generaties. De invloed van media werd door de onderzoekers groter geacht dan de invloed van CKV. Dat wil zeggen dat de invloed van vrienden groter is dan de vorming binnen de klas. Dit neemt niet weg dat de invoering van het vak CKV een succes wordt genoemd. De lange termijn effecten van de kennismaking van jongeren met cultuur door middel van CKV zijn nog niet bekend. De lange termijn effecten zijn nog niet te onderzoeken, omdat het een relatief nieuw vak is. Er wordt uitgegaan van de veronderstelling dat smaakvoorkeuren die zich gevormd hebben in de formatieve periode bepalend zijn voor de hele levensloop. Toch zijn er een aantal ontwikkelingen die het tegendeel bewijzen en een toegenomen culturele belangstelling onder de M-generatie waarnemen. Positief is het feit dat de belangstelling voor traditionele uitingen niet of nauwelijks is afgenomen en dat meer jongeren naar het museum gaan. In plaats van een marginalisering kan volgens Van den Broek en De Haan beter gesproken worden van een consolidering van cultuur. Het consolideringsscenario is volgens de onderzoekers de meest waarschijnlijke. De toekomst van cultuurbereik is in dit licht gezien niet heel somber. In de volgende paragraaf kijken we hoe het voortgezet onderwijsstelsel in Nederland in elkaar steekt.

⁶² Broek, A. van den en J. de Haan, *Cultuur tussen competentie en competitie*, 2000

3.2 Het Voortgezet Onderwijs⁶³

3.2.1 Onderbouw

Alle soorten voortgezet onderwijs beginnen met de basisvorming (onderbouw). Die duurt meestal 2 of 3 schooljaren en biedt een breed vakkenpakket dat in principe voor iedereen hetzelfde is. Aan het einde van het tweede jaar adviseren scholen welke richting leerlingen het beste kunnen volgen. Dat kan vmbo⁶⁴ zijn, maar ook havo of vwo. Tot en met het schooljaar 2005/2006 krijgen leerlingen op de meeste scholen in principe in de periode van de basisvorming (de onderbouw) les in 15 verschillende vakken. Vanaf 1 augustus 2006 kan dat nog steeds het geval zijn, maar vanaf die datum hebben scholen meer ruimte om de onderbouw ook anders in te richten. Vanaf die datum wordt de term 'onderbouw voortgezet onderwijs' gebruikt. De kerndoelen basisvorming 1993-1998 waren bedoeld om het onderwijs beter te laten aansluiten op de directe belevingswereld van kinderen. In 1998 zijn de kerndoelen vernieuwd om de eenheid van waarneming en beleving nog verder te bevorderen. In de kerndoelen 1998-2003 is het accent sterker komen te liggen op de samenhang in en tussen de vakken.⁶⁵

3.2.2 Bovenbouw

In het schooljaar 1998/1999 is de bovenbouw havo (klas 4 en 5) en vwo (klas 4, 5 en 6) vernieuwd tot de Tweede Fase. Er was grote kritiek op de Mammoetwet gezien de zogenaamde pretpakketten die gekozen konden worden. De pret pakketten bestonden voornamelijk uit talen en andere alfa vakken. Deze eenvoudige manier van slagen werd met de invoering van de Tweede Fase vervangen door vier profielen voor havo en vwo leerlingen van de bovenbouw. Het zijn: natuur en techniek, natuur en gezondheid, economie en maatschappij en cultuur en maatschappij. Een profiel is een samenhangend onderwijsprogramma, dat bestaat uit een gemeenschappelijk deel, een profieldeel met vakken die aansluiten op het gekozen profiel en een vrije ruimte.⁶⁶ Op die manier waren de alfa en bèta vakken beter vertegenwoordigd in de examenprogramma's. Deze zouden een betere voorbereiding op het hoger onderwijs moeten geven. Bovendien werd er een zelfstandige manier van werken en studeren verwacht. Een tweede verandering in het havo en vwo is de invoering van het Studiehuis. In het Studiehuis ligt de nadruk op het verwerken van grote hoeveelheden informatie en het ontwikkelen van sociale vaardigheden.

⁶³ <http://www.minocw/dossier/voortgezetonderwijs>, 21/3/2006

⁶⁴ Het vmbo duurt vier schooljaren en kent vier leerwegen. Het zijn de theoretische, gemengde, kaderberoepsgerichte en basisberoepsgerichte leerweg

⁶⁵ <http://www.cultuurplein.nl/vo/beleidenregelingen/kerndoelenbavo>

⁶⁶ <http://www.minocw/dossier/voortgezetonderwijs>, 21/3/2006

3.3 Cultuureducatie⁶⁷

De doelstelling voor cultuureducatie in het voortgezet onderwijs luidt volgens het ministerie van OC&W voor de komende jaren als volgt:

“Scholen voeren zelfstandig een schoolbeleid waarin de aandacht voor kunst en cultuur – in het curriculum, de activiteiten van de school, en in de contacten en samenwerkingsverbanden – is vastgelegd. Scholen wenden een deel van de lumpsum aan voor cultuureducatie en –deelname. Scholen formuleren hun eigen vraag en kopen de gewenste producten en diensten in bij de aanbieders.”⁶⁸

In het Actieplan Cultuurbereik 2005-2008 (voortzetting op het Actieplan 2001-2004) werken het rijk, de provincies en dertig grote gemeenten samen om het bereik van cultuur te vergroten. Het doel is om meer mensen in contact te brengen met cultuur in al haar uitingsvormen zowel als toeschouwer als ook deelnemer. Daartoe hebben de deelnemende gemeenten en provincies vierjarenprogramma's ontwikkeld. In deze plannen geven zij aan hoe ze in hun eigen plaats of provincie de deelname aan cultuur willen vergroten. Voor jongeren betekent dit dat ze buiten school ook deelnemen aan culturele activiteiten.⁶⁹ Het Actieplan Cultuurbereik 2001-2004 kende drie onderdelen:

- Cultuurbereik
- Cultuur en School
- Geldstroom Beeldende Kunst en Vormgeving

Eén van de onderdelen is het project *Cultuur en School* dat in 1997 is ingevoerd met als doel leerlingen in het basis onderwijs, het voortgezet onderwijs en het beroepsonderwijs vertrouwd maken met kunst en cultureel erfgoed. Uitgangspunt in dit project is de ontwikkeling van onderwijs met en over cultuur. De leerling zou uiteindelijk een beter inzicht krijgen in de waarde van kunst en cultuur, waarbij de eigen creatieve talenten gestimuleerd worden. Daarnaast zou cultuur als instrument gebruikt kunnen worden om inhoud of competenties aan te leren, zoals het trainen van studievaardigheden bijvoorbeeld.

Het ministerie werkt in dit project samen met gemeenten en provincies, culturele instellingen en onderwijsorganisaties. Het rijk draagt zorg voor voorzieningen voor scholen, docenten en leerlingen, zoals de zogenaamde CKV vouchers voor leerlingen. De docenten en scholen zijn verantwoordelijk voor de kennisontwikkeling over cultuureducatie en de communicatie. De gemeenten en provincies houden zich bezig met de samenwerking tussen culturele instellingen en scholen. Culturele instellingen stemmen hun aanbod steeds meer af op onderwijsprogramma's en onderwijsinstellingen geven steeds meer aan waar en wanneer cultuur een goede rol in het onderwijs kan vervullen.

Voor de uitvoering van het project *Cultuur en School* zijn de projectgroep Cultuur en School, de provincies en de dertig gemeenten samen verantwoordelijk. Elke vier jaar worden in het kader van Actieplan Cultuurbereik bestuurlijke afspraken gemaakt over cultuureducatiebeleid. Reguliere activiteiten en projecten worden vanuit dit kader gefinancierd. Landelijke projecten met een voorbeeldwerking, ontwikkelingsprojecten of experimentele projecten worden

⁶⁷ <http://www.cultuurenschool.net>, 21/3/2006

⁶⁸ <http://www.minocw.nl/factsheets/429>, 21/3/2006

⁶⁹ <http://www.minocw.nl/factsheets/438>

meestal door de projectgroep geïnitieerd en/of gefinancierd. Voor het project was in de periode 2001 tot en met 2004 jaarlijks circa 14 miljoen euro beschikbaar. Dertig gemeenten, twaalf provincies en het rijk dragen bij aan dit budget. Het project *Cultuur en School* wordt de komende periode uitgebreid bij het primair en voortgezet onderwijs. Hiervoor werd in 2004 4 miljoen euro uitgetrokken. Dit loopt op tot 22 miljoen euro in 2007. De overheid heeft drie karakteristieke geformuleerd voor het project *Cultuur en School*, die gebruikt zijn als uitgangspunten bij de concrete uitwerking van het project *Cultuur en School* voor de periode 2004-2007:

- In de eerste plaats het versterken van het **beleidsvoerend vermogen van scholen** op het gebied van cultuureducatie. De extra investering in de periode 2004-2007 is in het bijzonder bedoeld voor de verbetering van de positie van de (cultuur)docent en het creëren van doorlopende leerlijnen. Scholen mogen grotendeels zelf bepalen hoe ze cultuureducatie aanbieden.
- In de tweede plaats spelen de **gemeenten en provincies** een belangrijke rol als strategische partners. Gemeenten en provincies hebben verantwoordelijkheid op het gebied van de cultuureducatieve infrastructuur. Die infrastructuur wordt gevormd door culturele instellingen, zoals bibliotheken en theaters, maar ook door regionale steunfuncties en landelijke culturele instellingen. Inmiddels zijn in het kader van het Actieplan Cultuurbereik en de Versterking Cultuureducatie Primair Onderwijs met gemeenten en provincies bestuurlijke afspraken gemaakt.⁷⁰
- In de derde plaats spelen **culturele instellingen** een belangrijke rol bij het project *Cultuur en School*. Een juiste houding van culturele instellingen en de aanwezigheid van een goed cultuureducatief aanbod zijn noodzakelijke voorwaarden voor samenwerking tussen scholen en culturele sectoren. De overheid probeert daarom de samenwerking tussen scholen en diverse culturele sectoren te stimuleren.⁷¹

CKV-docenten en alle andere docenten die zich bezighouden met kunst en cultureel erfgoed moeten vaak nieuw materiaal ontwikkelen, excursies organiseren, nieuwe contacten leggen en cultureel onderlegd zijn. Onderlinge uitwisseling van kennis en ervaring, extra ondersteuning en faciliteiten zijn in dat geval hulpzaam. De projectgroep Cultuur en School probeert dat te verzorgen door praktische informatie te geven, direct te communiceren en door de instelling van een docentenpas die korting geeft bij culturele instellingen en bijvoorbeeld ook toegang geeft tot speciale arrangementen. Voor scholen in het basisonderwijs, maar ook voor de overige onderwijsterreinen is www.cultuurplein.nl opgezet. De site is een initiatief van de projectgroep Cultuur en School van het ministerie van OCW. Het is een samenwerkingsverband van Kennisnet en Cultuurnetwerk Nederland met andere organisaties zoals SLO (Nationaal expertisecentrum voor leerplanontwikkeling) en CJP (Cultureel Jongeren Paspoort). Op deze manier probeert de overheid een centraal informatiepunt te creëren voor het onderwijs over cultuureducatie.⁷²

⁷⁰ <http://www.minocw.nl>, uitwerkingsnota Meer dan de Som, 13/4/2004

⁷¹ <http://www.minocw.nl/documenten/brief2k-2004-doc-26405.pdf>, 21/3/2006

⁷² <http://www.minocw.nl/factsheets/429>

3.3.1 Cultuureducatie in het voortgezet onderwijs

Voor het project *Cultuur en School* in het voortgezet onderwijs staat de komende jaren de toegenomen beleidsvrijheid van scholen centraal. Met de introductie van het vak culturele en kunstzinnige vorming en de introductie van de bijbehorende cultuurvouchers in 1997 is een grote stap in die richting gezet. Scholen moeten hier zelf verdere invulling aan geven in samenwerking met de (culturele) omgeving. Het ministerie van OC&W speelt daarbij een faciliterende en stimulerende rol, waarbij het draait om drie uitgangspunten: cultuurbeleid op scholen zelf, deskundigheidsbevordering/ondersteuning van de docent en inhoudelijke ontwikkeling en innovatie. Deze drie punten zijn gebaseerd op de eerste karakteristiek van het project *Cultuur en School*, namelijk het beleidsvoerend vermogen van scholen versterken. Voor het voortgezet onderwijs geldt dat de tweede karakteristiek, samenwerking met gemeenten en provincies, tot uitdrukking komt in het Actieplan Cultuurbereik. De derde karakteristiek, samenwerking tussen scholen en culturele instellingen, vormt een rode draad door de gehele aanpak.

3.3.2 Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV)

Met de invoering van de Tweede Fase is er een nieuw vak ontstaan: CKV. In dit vak komen leerlingen in aanraking met allerlei verschillende kunstdisciplines. De algemene doelstelling van het vak luidt als volgt: *"De kandidaat kan een gemotiveerde keuze maken voor, voor hem betekenisvolle activiteiten op het gebied van kunst en cultuur, op grond van: ervaring met deelname aan culturele activiteiten, kennis van kunst en cultuur, praktische activiteiten op het gebied van één of meer kunstdisciplines en de reflectie daarop."*⁷³

CKV kent geen theoretische toetsen maar verplichte handlingsdelen. Deze handlingsdelen zijn opgesplitst in vier onderdelen: culturele activiteiten, bestuderen van thema's, praktische activiteiten en het maken van een kunstdossier met verslaglegging en reflectie. Er wordt dus geen centraal landelijk examen afgenomen. De beoordeling van de leerling vindt plaats op basis van het kunstdossier. Dit kunstdossier bestaat uit verslagen van culturele activiteiten, de behandeling van bepaalde thema's, de resultaten van praktisch werk en certificaten van workshops. Het totaal aantal studielasturen dat een leerling dient te besteden aan de lessen en het huiswerk is 200 uur voor het vwo en 120 uur voor de havo per jaar.

Naast het algemene vak CKV 1 zijn er ook nog CKV 2 en CKV 3. Dit zijn zowel kernvakken van het profiel cultuur en maatschappij als keuzevakken in de andere profielen. Deze vakken zijn echter nog niet op alle middelbare scholen ingevoerd. Scholen kunnen ervoor kiezen de CKV2,3-programma's te splitsen en leerlingen te laten kiezen uit CKV2 en CKV3. CKV 2 is een algemeen theoretisch vak, waarbij de leerlingen les krijgen in de cultuurgeschiedenis van de beeldende kunst en vormgeving, muziek, dans en drama. Het doel van CKV2 is de leerlingen kennis te laten maken met de belangrijkste periodes uit onze cultuurgeschiedenis. De leerlingen leren verschillende vormen van kunst en cultuur kennen in de context van een bepaalde tijd. Ze kunnen hiermee begrippen hanteren die van belang zijn voor de receptie van en reflectie op kunst en cultuur.

⁷³ Ministerie van OCW, *Examenprogramma's profielen vwo/havo: Culturele en kunstzinnige vorming 1*, 1998

CKV 3 richt zich in tegenstelling tot CKV 2 ook op de praktijk. Het programma van het vak bevat zowel praktijklessen als vaktheorie. De leerlingen kunnen kiezen uit verschillende kunstvakken: beeldende vorming, muziek, dans en drama. CKV 3 lijkt hierdoor erg veel op de oude eindexamen van tekenen, handvaardigheid en muziek. Het eindexamen van het vak bestaat uit de toetsing van een theorievak, de presentatie van verschillende opdrachten en een profielwerkstuk. Het totaal aantal uren dat de leerlingen dienen te besteden aan CKV 2 en 3 is 280 uur voor het vwo en 240 voor de havo.

Op het gymnasium wordt in plaats van CKV KCV gegeven, dit is Klassieke Culturele Vorming. Het vak wordt ook als keuzevak aangeboden aan vwo-leerlingen zonder klassieke talen en aan havo-leerlingen. De doelstelling van KCV is het kennis op doen van aspecten van de klassieke cultuur. Dit bestaat uit het verhalengoed, waaronder de mythen, het toneel, de beeldende kunst en de bouwkunst. Daarbij onderzoeken de leerlingen de invloed van de Griekse en Romeinse cultuur op de latere Europese cultuur. Net als bij CKV moeten KCV-leerlingen culturele activiteiten uitvoeren en wordt de leerling getoetst aan de hand van het gemaakte kunstdossier. Het totaal aantal uren dat de leerlingen dienen te besteden aan het vak is 160 uur.

CKV leerlingen zijn verplicht culturele instellingen te bezoeken. vwo-leerlingen moeten 10 culturele instellingen bezoeken en havo-leerlingen 6. Leerlingen hoeven dit niet zelf te betalen, maar krijgen hiervoor CKV-bonnen. Ruim 200.000 leerlingen in het voortgezet onderwijs ontvangen deze CKV-bonnen t.w.v. 22.70 euro. CJP (Cultuur Jongeren Paspoort) verspreidt deze bonnen in opdracht van het ministerie van OCW om de cultuurdeelname onder jongeren te stimuleren (Cultuur en School 2002-2005). Bij deze bonnen krijgen de scholieren ook een CJP-pas, waarmee korting wordt verschaft. De scholieren kunnen dan culturele instellingen bezoeken en op vertoon van hun CJP-pas betalen met de CKV-bonnen. Naast 80.000 havo/vwo leerlingen en 120.000 derdejaarsleerlingen vmbo krijgen ook 2000 CKV-docenten CKV-bonnen.

Uit onderzoek blijkt dat in het schooljaar 1999/2000 ongeveer 70 procent van de leerlingen CKV gebruik maakten van de CKV-bonnen.⁷⁴ Voor de culturele instellingen heeft dit een inkomstenbron van ruim twee miljoen opgeleverd. De gemiddelde CKV-leerling is 16 jaar, ging in 2000 twee keer met bonnen naar een film of voorstelling en betaalde daar met gemiddeld 16 euro aan bonnen. Het populairst was de bioscoop, een kwart van de bonnen werd besteed in de bioscopen en in filmhuizen. Op een goede tweede plaats kwamen de theaters. Vooral de kleinere theaters bleken erg succesvol.⁷⁵ Sinds schooljaar 2003-2004 is CKV ook een verplicht onderdeel in het lesprogramma van het vmbo. Daartoe is extra aanbod ontwikkeld voor het vmbo. vmbo-scholen hebben CKV over het algemeen goed ingevoerd, dit komt onder meer tot uitdrukking in de voucherbesteding, waarbij het vmbo voorop loopt.⁷⁶ Het vmbo geeft in vergelijking tot havo en vwo de meeste vouchers uit.

⁷⁴ <http://minocw.nl/factsheets/429,6/4/2006>

⁷⁵ Haanstra, H., F. Damen en M.L. Nagel, *Eindrapport CKV-volgonderzoek*, 2003

⁷⁶ Bommel, T. van, *Het culturele gehalte van het onderwijs: een verkenning op basis van literatuur en case study*, 2005

3.3.3 Overige ontwikkelingen

Een andere ontwikkeling vanuit het project *Cultuur en School* zijn de zogenaamde cultuurprofielscholen. Dit zijn scholen die zich profileren op het gebied van kunst en cultuur, door onder andere samenwerkingsverbanden aan te gaan met hun omgeving en buitenschools leren. Het profiel kunst en cultuur gebruiken zij als soort van leidraad in de ontwikkeling voor de school. Het OCW steunde in 2004-2005 22 cultuurprofielscholen, die als voorbeeld kunnen dienen voor andere scholen in Nederland die hun vrije ruimte op kunst en cultuur willen toespitsen. Voor dit doel wordt de website www.cultuurplein.nl ook gebruikt. De website moet het centrale aanspreekpunt vormen voor de docent, de manager en de culturele instelling om ondersteuning te bieden bij culturele activiteiten in het onderwijs.⁷⁷

Naast de invoering van CKV zijn er ook nog andere cultuureducatieve ontwikkelingen in het vmbo. In het project *Sporen*, bestaande uit vijf netwerken van scholen, gecoördineerd door een erfgoedinstelling, gebruiken scholen de culturele omgeving om door middel van erfgoededucatie de didactische vaardigheden te ontwikkelen, met als doel om vakoverstijgend te werken en een methode te ontwikkelen voor de beroepsgerichte leerweg. Enkele vmbo scholen proberen ook vakken als grafi-media, fotografie, licht & geluid, grime en dergelijke, dans, zang en drama aan te bieden.⁷⁸

Begin 2004 is in samenwerking tussen Erfgoed Actueel en de Waag Society, het expertisecentrum voor ICT en de culturele vakken, het project *LOGIN Lokaal* van start gegaan. Provinciale erfgoedhuizen en lokale erfgoedinstellingen zijn benaderd om, in samenwerking met scholen, plannen in te dienen voor het ontwikkelen van een methode voor onderzoekend, bron- en ervaringsgericht leren. Daarbij wordt een brug geslagen tussen gedigitaliseerd erfgoed en de directe omgeving van jongeren.⁷⁹

3.3.4. Eindevaluatie volgproject CKV1

Vier jaar na de invoering van CKV1 is er een eindrapportage⁸⁰ verschenen van een CKV1-volgonderzoek. Daaruit blijkt dat de invoering van het vak een succes is. Het vak CKV1 blijkt aan zijn doel te beantwoorden: Docenten zijn op een nieuwe manier gaan lesgeven en leerlingen komen daadwerkelijk in aanraking met cultuur en vergroten hun kennis over het onderwerp. Over het effect op lange termijn is nog geen duidelijkheid. Een keerzijde van het verhaal is het feit dat leerlingen niet meer aan cultuur doen dan jongeren die voor de invoering van het vak geen CKV1 hebben gehad. Ook de opgedane kennis over cultuur blijkt in de loop der jaren af te nemen.

Een groep onderzoekers heeft vier jaar lang in opdracht van het ministerie van OCW, door middel van enquêtes en interviews de ervaringen met CKV1 van docenten, leerlingen en vertegenwoordigers van culturele en steunfunctie-instellingen onderzocht. Samen met twee momentopnames in 2000 en 2001 hebben de onderzoekers geconstateerd dat het vak in vier jaar tijd goed is neer gezet. Docenten vinden de samenwerking met culturele en steunfunctie-instellingen goed. Alleen het beschikbare geld en het aantal uren zijn aan de

⁷⁷ <http://www.cultuurplein.nl>, 6/4/2006

⁷⁸ www.minocw.nl/brief2km-2004-doc-26405meergeldckvpdf, p. 8, 6/4/2006

⁷⁹ Idem, p.9, 6/4/2006

⁸⁰ Damen, M., F. Haanstra & H. Henrichs, *Cultuur + Educatie deel 8. Eindrapportage CKV1-Volgproject*, 2004

magere kant volgens de docenten.⁸¹

Eerder onderzoek naar de effecten van kunsteducatie toonde de middellangetermijneffecten wel. Een verklaring hiervoor zou volgens de onderzoekers kunnen zijn dat leerlingen bij CKV1 over de volle breedte – film, dans, theater, beeldende kunst, literatuur en muziek – kennismaken met cultuur. Bij de eerder onderzochte kunsteducatie was de inhoud van de vakken juist monodisciplinair (alleen dans of muziek bijvoorbeeld) en beter te meten, denk bijvoorbeeld aan de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen. Het effect bleef overigens beperkt tot de kunstdiscipline waarin de leerlingen onderwezen waren. In de eindevaluatie werd de vraag gesteld of CKV1 dan maar monodisciplinair moet worden? Volgens de onderzoekers is dat niet de bedoeling van het vak. Het moet een brede kennismaking met kunst en cultuur zijn. De overheid vindt het ontbreken van een effect geen reden om het vak af te schaffen en het vak blijft een verplicht vak in de herziening van de Tweede Fase (2007)

De onderzoekers wijzen ook een aantal verbeterpunten aan.⁸² Zo wordt slechts 60% van de aangevraagde CKV bonnen daadwerkelijk gebruikt. Scholen zouden hier beter op kunnen letten. Een ander punt is de didactiek en toetsing van het vak. CKV1 is ingevoerd als ervaringsgericht vak. Uit het onderzoek komt naar voren dat de docenten positief zijn over deze aanpak en ze brengen het ook in praktijk, zo blijkt uit navraag bij leerlingen. Leerlingen mogen in overleg met de docent zelf kiezen aan welke culturele activiteiten zij deelnemen. Hierbij ligt de nadruk meer op de beleving van de leerling dan de feitenkennis die wordt opgedaan. Deze manier van lesgeven heeft een directe invloed op de positieve waardering van het vak door de leerling. Docenten laten de lesmethode voor wat het is en geven hun eigen draai aan de manier van lesgeven. Het gevolg hiervan is dat leerlingen heel veel verslagen moeten maken. Minder verslagen met hogere eisen zou een oplossing kunnen zijn volgens de onderzoekers. Een creatief product in plaats van een verslag maken, is volgens de onderzoekers geen optie. Het ministerie van OCW heeft de organisaties voor onderwijsontwikkeling SLO, KPC-Groep en CITO gevraagd een nieuwe manier van afsluiting en toetsing te bedenken. Volgens de onderzoekers zal dat eerder in de richting gaan van een digitaal portfolio dan een kunstzinnig product.⁸³

Het zwaartepunt bij de start van het project *Cultuur en School* lag voor het voortgezet onderwijs bij de invoering van het nieuwe vak CKV. De inzet van de cultuurvouchers werd daarbij het belangrijkste instrument. De invoering van CKV was een onderdeel van de vernieuwingsoperatie van de Tweede Fase. Uit onderzoek door de Universiteit van Utrecht⁸⁴ bleek onder meer dat het unieke karakter van het vak zijn weerslag heeft gehad op de ontwikkeling en organisatie van scholen. CKV werd een heel zichtbaar vak, waarvoor roosters moeten worden gewijzigd, waarbij leerlingen op pad gaan, gezelschappen de school in worden gehaald en de docenten door hun leerlingen gefilmd worden. De zichtbaarheid van het vak heeft ertoe bijgedragen dat cultuur een meer vanzelfsprekende plek in de school heeft gekregen. Alle jongeren worden met cultuur in aanraking gebracht. Dit heeft voorsnog geen langdurig effect op de cultuurparticipatie van jongeren, maar via de school maakt iedere leerling wel kennis met de culturele sector.

⁸¹ Idem

⁸² <http://www.cultuurnetwerk.org/publicaties/ckv1>, 25/4/2006

⁸³ Idem

⁸⁴ Ganzeboom, H., F. Haanstra, F. Damen en M.L. Nagel, 2003

Vanaf 1 augustus 2006 hebben scholen veel meer ruimte om de onderbouw anders in te richten dan voorheen.

Scholen kunnen eigen keuzes maken en het onderwijs afstemmen op hun eigen leerlingen.⁸⁵ De vernieuwde basisvorming, of nieuwe onderbouw, ging op 1 augustus 2006 van start. Wat is de plaats van de kunstvakken hierin? Onderdeel van de vernieuwing was de verdeling van de vakinhouden over zeven leergebieden. De kunstvakken vallen onder het leergebied Kunst en Cultuur. Binnen het leergebied Kunst en Cultuur zijn vijf kerndoelen gedefinieerd. Deze besteden aandacht aan actieve, receptieve en reflectieve kunstbeoefening.

De kerndoelen zijn:

1. De leerling leert door het gebruik van elementaire vaardigheden de zeggingskracht van verschillende kunstzinnige disciplines te onderzoeken en toe te passen om eigen gevoelens uit te drukken, ervaringen vast te leggen, verbeelding vorm te geven en communicatie te bewerkstelligen.
2. De leerling leert eigen kunstzinnig werk, alleen of als deelnemer in een groep, aan derden te presenteren.
3. De leerling leert, op grond van enige achtergrondkennis te kijken naar beeldende kunst, te luisteren naar muziek en te kijken en luisteren naar theater-, dans- en filmvoorstellingen.
4. De leerling leert met behulp van visuele of auditieve middelen verslag te doen van deelname aan kunstzinnige activiteiten, als toeschouwer en als deelnemer.
5. De leerling leert mondeling of schriftelijk te reflecteren op eigen werk en werk van anderen, waaronder dat van kunstenaars.

In de nieuwe onderbouw mogen scholen zelf kiezen hoe zij de leerinhouden aanbieden, dat kan in een samenhangend leergebied, in afzonderlijke vakken, als onderdeel van projecten of in een mengvorm hiervan⁸⁶

3.4 Deelconclusie

Doel van dit hoofdstuk was om uiteindelijk de vraag: *Hoe wordt cultuureducatie vormgegeven binnen het Nederlandse onderwijsstelsel?* te beantwoorden. Daarnaast de deelvragen: *Hoe wordt het middelbaar onderwijs in Nederland vormgegeven?* en *Welke ontwikkelingen heeft cultuureducatie ondergaan en wat is de huidige stand van zaken?* Het middelbaar onderwijs heeft ingrijpende veranderingen heeft ondergaan. In de bovenbouw is de Tweede Fase ingevoerd en in het nieuwe schooljaar is de basisvorming in de onderbouw aan de beurt. Daarnaast hebben we gezien dat cultuureducatie een steeds groter wordende rol speelt in het middelbaar onderwijs. Het lijkt mij interessant om aan de hand hiervan twee hypothesen te formuleren.

1 Cultuurdeelname is van invloed op het handelingspatroon van de M-generatie.

⁸⁵ <http://www.cultuurplein.nl/vo/beleidenregelingen/nweonderbouw>

⁸⁶ <http://www.cultuurplein.nl/vo/lesmateriaal>

2 Verandering van het schoolsysteem heeft bijgedragen aan de vorming van de M-generatie.

We zien dat er in de M-generatie meer nadruk wordt gelegd op de cultuurdeelname van jongeren. Cultuureducatie krijgt steeds meer aandacht in het middelbaar onderwijs, dit komt onder meer door de invoering van het project *Cultuur en School* en het vak CKV. De invoering van CKV heeft ertoe bijgedragen dat cultuur een meer vanzelfsprekende plek in de school heeft gekregen. Jongeren worden met cultuur in aanraking gebracht en aangespoord zich bewuster te worden van hun cultuurdeelname. Doordat jongeren veel gebruik maken van de massamedia, zou de drempel naar kunst en cultuur lager kunnen worden. Jongeren komen via radio, televisie en Internet meer met kunst en cultuur in aanraking, dan door het bezoek aan culturele instellingen. Dit met uitzondering van museumbezoek, deze is namelijk wel gestegen onder jongeren. Het Internet is een verzamelplaats voor jongeren waar ze culturele informatie kunnen vinden en verspreiden. Een ander kenmerk van de cultuurdeelname van de M-generatie is, dat ze minder vrijetijd en juist een groter vrijetijdsaanbod heeft om uit te kiezen. Daarnaast wordt geconstateerd dat M-generatie zich sterker tot de populaire cultuurindustrie aangetrokken voelt dan tot de traditionele cultuuruitingen.

De M-generatie heeft te maken met een snel veranderend schoolsysteem. Zowel de onder- als bovenbouw zijn op de schop genomen. Met de komst van de nieuwe media zijn er nieuwe onderwijsmogelijkheden bij gekomen. De toename van het Internetgebruik onder jongeren heeft grote gevolgen voor het onderwijs. Leerlingen boeken veel leerwinst door verbeterde ICT-voorzieningen op school. Dit uit zich in meer leren, sneller leren, met meer plezier leren en zichzelf succesvoller voelen. Een nadeel hiervan is de digitale kloof tussen leraar en leerling die steeds groter wordt, doordat de leraren de jongeren moeilijk bijhouden op het Internet.

Zijn de hypothesen die ik hierboven heb geformuleerd houdbaar? Wanneer we kijken naar de eerste hypothese zien we dat cultuurdeelname in zoverre van invloed is op het handelingspatroon van de M-generatie, dat het museumbezoek is gestegen en de interesse in populaire kunstuitingen is toegenomen. De toegenomen interesse is waarschijnlijk het gevolg van de komst van de massamedia en bewustwording door middel van cultuureducatie. Daarmee kom ik bij de tweede hypothese. Verandering van het schoolsysteem heeft inderdaad bijgedragen aan de vorming van de M-generatie. We zien dat er een nieuwe manier van lesgeven is gekomen, waarbij gebruik van ICT een grote rol is gaan spelen. Dit sluit aan op de beleving van de M-generatie die is opgegroeid met de nieuwe media. Een andere opvallende ontwikkeling is de toegenomen aandacht voor cultuureducatie. De M-generatie wordt zich door cultuureducatie bewust van de eigen cultuurdeelname. In het volgende hoofdstuk wil ik in het bijzonder aandacht besteden aan de manier waarop het vak CKV gebruik maakt van ICT voorzieningen in het lesprogramma. Dit geef ik vorm door zogenaamde CKV websites te onderzoeken.

Hoofdstuk 4 - Websites

De M-generatie krijgt sinds een aantal jaar het vak CKV op de middelbare school. Eén van de doelstellingen van het vak is om jongeren in aanraking te laten komen met kunst en cultuur. Op het Internet zijn websites van en over dit vak te vinden, die onderdeel uitmaken van de lesstof. Leerlingen kunnen aan de hand van deze sites bijvoorbeeld informatie vinden om een opdracht uit de lesmethode te maken. Deze ontwikkeling is in het kort de aanleiding voor dit hoofdstuk, waarin ik wil gaan kijken wat voor soorten websites er voor jongeren zijn en wat de rol is van CKV sites op de virtuele belevenis van jongeren. Dit is vooral een beschrijving van mijn eigen waarnemingen, waarbij ik gebruik maak van een aantal kenmerken om de websites te beschrijven. De centrale vraag voor dit hoofdstuk luidt:

Vormen CKV sites een aanvulling op het reguliere lesprogramma en wordt op deze manier de doelstelling van het vak bereikt en in hoeverre verschillen zij van andere voor jongeren bedoelde websites?

Om deze vraag te beantwoorden bepaal ik in dit hoofdstuk eerst aan welke punten een goede website moet voldoen. Als uitgangspunt hiervoor gebruik ik de Think Quest wedstrijd, omdat deze goede aanknopingspunten biedt over hoe een educatieve website eruit moet zien. In paragraaf 4.2 maak ik duidelijk hoe ik tot de categoriale verdeling van vermaak/amusement, communicatie/ "chatten" en informatie/kennis ben gekomen. Verder kom ik in paragraaf 4.2 terug op bepaling van de keuze van de profielwebsites en CKV sites. Vervolgens beschrijf ik een aantal populaire websites voor jongeren, waarbij ik een onderscheid maak tussen vermaak/amusement, communicatie/ "chatten" en informatie/kennis om vervolgens te kijken hoe CKV sites hier in gesitueerd kunnen worden. De websites zal ik beschrijven aan de hand van drie deelvragen:

Voor wie en door wie is de websites gemaakt?

Wat kan men doen op de site?

Hoe zijn de vormgeving en inhoud?

In paragraaf 4.4 wil ik een praktijkvoorbeeld van CKV onderwijs op een middelbare school toevoegen, omdat het een indicatie geeft van hoe CKV onderwijs in de praktijk wordt vormgegeven. Het is puur een indicatie, omdat het gezien de omvang van deze thesis om één middelbare school gaat waar ik een klas heb gevolgd. Ik ben benieuwd in hoeverre deze school ICT mogelijkheden toepast in het programma.

4.1 ThinkQuest

ThinkQuest is een wedstrijd voor scholieren, studenten en docenten uit Nederland. Het doel van de wedstrijd is om in teamverband een educatieve, originele en interactieve website te maken. ThinkQuest is een concept van Kennisnet. De wedstrijd wordt georganiseerd vanuit de door de overheid gesubsidieerde instelling Kennisnet, een van de belangrijkste educatieve website in Nederland. De wedstrijd moet het gebruik van Internet en ICT in het onderwijs stimuleren. De wedstrijd geeft uiteindelijk met behulp van een professionele jury een beeld van de beste educatieve website voor en door jongeren. De jury kijkt per website of de website aan een aantal criteria voldoet. Voor mijn eigen onderzoek bekijk ik een aantal populaire profielwebsites voor jongeren en een aantal CKV-websites. Het is interessant om te kijken waaraan de winnende educatieve websites voldoen van de ThinkQuest Scholier wedstrijd, omdat de doelgroep van de wedstrijd overeenkomt met de M-generatie in mijn onderzoek. Daarnaast worden de sites uit de wedstrijd beoordeeld door een professionele jury. In dit geval kijk ik alleen naar de prijswinnaars van ThinkQuest Scholier 2005, omdat deze categorie is bedoeld voor alle leerlingen in het voortgezet onderwijs.

De categorieën zijn:

- ThinkQuest Junior: voor leerlingen van het basisonderwijs.
- ThinkQuest Scholier: voor alle leerlingen in het voortgezet onderwijs
- ThinkQuest Beroepsgericht: voor leerlingen in het vmbo en mbo.
- ThinkQuest Docent & Student: voor hbo/ wo studenten en docenten die via deze wedstrijd Nederlandstalig educatief (les)materiaal maken dat direct gebruikt wordt in het Nederlandse onderwijs.

De wedstrijd bestaat dus uit meerdere prijzen voor de verschillende schoolniveaus. Ik beperk me nu tot de prijzen van het wedstrijdonderdeel ThinkQuest Scholier. De organisatoren van de website geven een aantal redenen waarom het interessant zou zijn om mee te doen aan de wedstrijd. Tijdens het maken van de websites bijvoorbeeld leren leerlingen gelijk meer over hun onderwerp en de gemaakte sites kunnen ingezet worden als bron- en lesmateriaal. De wedstrijd kan eenvoudig in het lesprogramma verwerkt worden, doordat leerlingen op die wijze vaardigheden op het gebied van planning, samenwerking en ICT aanleren. Daarnaast werken leerlingen aan competenties zoals 'learning by doing', samenwerken, plannen, onderzoeksvaardigheden, creativiteit, onderwerpkennis en technische kennis. De docent fungeert tijdens de wedstrijd als coach voor de leerlingen. Hierbij wordt hij of zij ondersteund door de wedstrijdorganisatie door middel van adviezen en een deskundige ICT-hulpdesk.⁸⁷

De eerste prijswinnaar van Think Quest Scholier 2005 categorie Klas 3 havo/vwo is de site *Muzic*⁸⁸ met een virtuele muziekklas met Tom Pret als digitale leraar. Op deze site komt men te weten wat noten zijn. Verschillende muziekstijlen als blues, rock en hiphop worden beschreven, evenals een stuk muziekgeschiedenis. Het commentaar van de vakjury is als volgt: *"De unanieme mening van de vakjury is dat het een leuke site is, waarin men lang bleef*

⁸⁷ <http://www.thinkquest.nl/overthinkquest>, 10/4/2006

⁸⁸ <http://proto5.thinkquest.nl/%7E11e0133/>, 10/4/2006

*hengen. De uitvoering is heel strak met een goede quiz. Het is een site waarin zowel muziekkenners als mensen die weinig van muziek weten veel kunnen leren. De verschillende niveaus, de mooie interactieve tekeningen zijn allemaal pluspunten en goed gedetailleerd uitgewerkt. De mogelijkheden van het medium zijn in het geheel benut. Informatie is geheel gecombineerd met interactiviteit."*⁸⁹

In categorie A - Klas 1 en 2 VO Scholier is de site *Zinnige zintuigen*⁹⁰ met wetenswaardigheden over onze vijf zintuigen in de prijzen gevallen. In tweetalige hoofdstukken wordt beschreven wat ruiken, proeven, horen, voelen en zien is. Uit de tekst kunnen woorden worden weggehaald. De lezer moet dan zelf de zinnen afmaken. Er zijn animaties, filmpjes en spelletjes op de site te vinden. Het commentaar van de vakjury is als volgt: *"De unanieme mening van de vakjury was erg positief. Het medium is goed gebruikt en het is daarom ook een complete site. De site heeft ook humor in zich waardoor de aandacht nog beter bewaard blijft. Het onderwerp is geschikt voor de doelgroep en tevens is de verantwoording van de coach ook zeer goed."*⁹¹

De prijswinnaar van Think Quest Scholier 2005 in de categorie B - Klas 3 VO is de site *Wel~over~wegen*.⁹² De onderwerpen dik, mager of gezond worden op deze site zowel op ernstige als op speelse wijze benaderd. Serieuze zaken (o.a. filmpje over overgewicht) worden afgewisseld met ontspanning (spelletje klant helpen in fastfood restaurant). Dit alles in een moderne lay-out met eenvoudige teksten. Het commentaar van de vakjury is als volgt: *"Een vrolijke meisjessite met grappige illustraties, jammer genoeg zijn deze niet zelf getekend. Tevens is de site heel breed en leuk opgezet met veel interactie. De enquête in de klas vinden wij erg goed en spreekt ook aan. Het onderwerp is erg actueel en prima te gebruiken. Ook is erg goed gebruik gemaakt van het medium door in de teksten door te linken naar praktische websites. De bronvermelding en verantwoordingen verdienen een absoluut pluspunt."*⁹³

Tot slot heeft in de categorie C - Klas 4, 5 en 6 VO Scholier de site *De wondere wereld van de wetenschap*⁹⁴ gewonnen. Via simpele proeven en hoe die te beschrijven, laat deze site zien wat wetenschappelijk onderzoek is. Een tijdlijn geeft de invloed aan van verschillende wetenschappers. Het commentaar van de vakjury luidde: *"De website is goed afgestemd op de doelgroep. Het taalgebruik en de animaties zijn precies goed. Ook de vormgeving is fris. De website blijft boeien en je blijft er op hangen."*⁹⁵

In het commentaar van de jury komt steeds een aantal punten naar voren waar een website aan moet voldoen. De winnende sites bevatten een aantal van de volgende onderdelen:

- ze spreken een breed publiek aan, maar bovenal de doelgroep;
- vormgeving en inhoud zijn goed op elkaar afgestemd;
- de mogelijkheden van het medium worden goed benut;
- informatie is in zijn geheel gecombineerd met interactiviteit;
- humoristisch, aantrekkelijk en leuk, waardoor de aandacht beter bewaard blijft, men moet blijven hangen op de site;

⁸⁹ <http://backoffice.thinkquest.nl/scholier/winnaars2005.php#2>, 10/4/2006

⁹⁰ <http://proto5.thinkquest.nl/%7EElle0217/>, 10/4/2006

⁹¹ <http://backoffice.thinkquest.nl/scholier/winnaars2005.php#2>, 10/4/2006

⁹² <http://proto5.thinkquest.nl/%7EElle0077/>, 10/4/2006

⁹³ <http://backoffice.thinkquest.nl/scholier/winnaars2005.php#2>, 10/4/2006

⁹⁴ <http://proto5.thinkquest.nl/~lle0111/dutch/Warming-up/Welkom>, 10/4/2006

⁹⁵ <http://backoffice.thinkquest.nl/scholier/winnaars2005.php#2>, 10/4/2006

- het onderwerp is actueel en boeiend en geschikt voor de doelgroep, bijv. een meisjessite;
- "linken" in de teksten naar relevante websites;
- correcte bronvermelding en verantwoordingen.

Ik ga er vanuit dat een website aan bepaalde onderdelen prioriteit geeft. Afhankelijk van de doelstelling van de site moet het juiste onderdeel de boventoon voeren. In het geval van een educatieve site zal de site bovenal kennis en informatie bevatten en in mindere mate gemakkelijk moeten zijn. De punten die uit de juryrapporten van de Think Quest wedstrijd naar voren zijn gekomen vormen naar mijn mening ook uitgangspunten voor een educatieve website. Aantrekkelijk vooral is het commentaar van het jury rapport waarin de nadruk wordt gelegd op de combinatie van verschillende onderdelen. Zo moet een educatieve site informatief zijn, maar waarschijnlijk ook de nodige humor bevatten om het jonge publiek aan te spreken.

4.2 Profielwebsites

In de vorige paragraaf werd duidelijk dat een aantrekkelijke jongeren website aan een aantal punten moet voldoen. In deze paragraaf zal ik op basis van een beschrijving van profielwebsites en CKV sites vast stellen of deze elementen terugkomen. Coding betekent volgens Seale orde aanbrengen in de onderzoeksresultaten, door soort bij soort te plaatsen en op die manier patronen zichtbaar te maken.⁹⁶ Om die reden heb ik een aantal categorieën opgesteld om de websites in te verdelen. Aanhangers van de "Uses and Gratifications"-benadering maken hun eigen theoretische indeling van behoeften en voldoeningen, die in grote lijnen overeenkomen. Zoals ik al eerder aangaf komt het in de meeste gevallen neer op de volgende clusters, namelijk informatie/educatie, ontspanning/ontsnapping, verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld. Deze indeling heb ik zelf iets aangepast, omdat een aantal clusters onder één noemer zijn onder te brengen. De clusters verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld heb ik samengevoegd tot het cluster communicatie. De websites die ik ga onderzoeken verdeel ik in de volgende clusters:

- Vermaak/amusement
- Communicatie
- Kennis/informatie

Vervolgens beschrijf ik een aantal CKV sites om te kijken hoe ze gesitueerd kunnen worden in deze verdeling en of ze een of meer punten van de Think Quest wedstrijd bevatten. Ik ga uit van de volgende veronderstelling met betrekking tot CKV sites; een goede CKV site moet zowel ontspannend, informatief en communicatief elementen bevatten om er voor te zorgen dat jongeren er graag mee werken. Het informatieve aspect zou in een CKV site de boventoon moeten voeren, omdat het uiteindelijk een educatieve website is. In de vorige paragraaf hebben we kunnen zien dat de winnende websites van de ThinkQuest wedstrijd deze elementen stuk voor stuk bevatten. Per website komen de drie deelvragen aan bod:

⁹⁶ Seale, C. , *Researching society and culture*, 2005, p. 306

- Door en voor wie is de site gemaakt?
- Wat kan men doen op de site?
- Hoe zijn de vormgeving en inhoud?

De volgende profielwebsites komen aan de orde:

- <http://www.sugababes.nl>, website voor meisjes
- <http://www.superdudes.nl>, website voor jongens
- <http://www.Cu2.nl>, profielsite voor jongens en meisjes
- <http://www.blixum.nl>, jongerensite van JIP Zuid-Holland

Vervolgens komen een aantal CKV sites aan bod:

- Bronnen CKV1: de droom
- Odulphus Tilburg.nl
- De Map Portal.nl
- CJP.nl

De selecties van de websites zijn gemaakt op basis van de bekendheid ervan. Ik heb een bekende jongens (superdudes) en meisjes (sugababes) website gekozen en een van de populaire gemengde sites (Cu2), daarnaast heb ik een bekende informatieve site gekozen (blixum). De site blixum is speciaal bedoeld voor jongeren uit Zuid-Holland, aangezien ik zelf woonachtig ben in deze regio heb ik voor deze site gekozen. Voor de selectie heb ik ook gebruik gemaakt van zoekmachines en startpagina's om vast te stellen welke sites populair zijn onder jongeren, door te kijken welke sites de meeste hits hebben bij een zoekopdracht. Deze zoekopdracht heb ik in verschillende zoekmachines gedaan, bijvoorbeeld google.nl en ilse.nl. Uiteindelijk is de keuze van websites persoonlijk en bestaat uit de websites die voor mij het bekendst zijn en waar ik veel over heb gelezen of mee heb gewerkt. Over de keuze van de CKV sites vertel ik in paragraaf 4.3 meer.

4.2.1 Sugababes.nl en Superdudes.nl

Door en voor wie is de site gemaakt?

Sugababes.nl⁹⁷ en Superdudes.nl⁹⁸ (verder SB/SD genoemd) zijn twee "URL's" (internet adressen) die gezamenlijk een zogenaamde "online community" vormen. Dit is een groep personen op internet die met elkaar communiceren en gemeenschappelijke hobby's/interesses delen. De sites sugababes.nl en superdudes.nl zijn opgezet en worden beheerd door Michel Hendriks. Lid wordt men als men een zogenaamd profiel aanmaakt. Deze profielpagina bevat een foto en informatie over de persoon waar het profiel van is. Leden worden verplicht een foto van zichzelf te plaatsen. De doelgroep van Sugababes/Superdudes is iedereen tussen de 13 en 24 jaar oud. Voor de site Sugababes zijn dit meisjes en voor de site Superdudes zijn dit jongens tussen de 13 en 24 jaar. Onder de minimumleeftijd van 13 jaar is het niet toegestaan om een profiel te hebben. Sugababes/Superdudes worden zowel overdag als 's avonds gecontroleerd door een team van zogenaamde moderators, die er voor zorgen dat de opgestelde regels worden nageleefd. Michel Hendriks is de oprichter van de sites, die sinds de zomer van 2002 zijn opgericht. Sugababes.nl

⁹⁷ www.sugababes.nl, 11/4/2006

⁹⁸ www.superdudes.nl, 11/4/2006

en Superdudes.nl zijn voor zeventig procent eigendom van de Telegraaf Media Groep. Op de twee profielensites zijn in totaal 950.000 profielen aangemaakt. Daarvan worden er zo'n 400.000 actief gebruikt. Dagelijks hebben de sites 100.000 unieke bezoekers. De eerste drie jaar van het bestaan van de profielsites werd niet samengewerkt met adverteerders. De inkomsten kwamen toen volledig uit een abonnementsdienst en een betaalde SMS-chatfunctie. Sinds een paar maanden draaien een aantal proeven met advertenties. Alleen aan bezoekers die geen lid zijn of niet zijn ingelogd worden banners getoond.

Wat kan men doen op de site?

Leden kunnen onderling met elkaar communiceren door berichtjes naar elkaar te sturen, op elkaar te stemmen, te chatten, te discussiëren op een forum en gebeurtenissen op te schrijven in hun weblog. Ondertussen verzamelen ze zoveel mogelijk punten (die Kudos heten) om kans te maken op de maandprijs: een fotoshoot door een professionele fotograaf. Het voordeel van deze opzet is dat leden zichzelf bezighouden. Daarnaast zorgt de redactie voor extra leesmateriaal in de vorm van recensies, interviews en nieuws op allerlei gebieden. Verder geeft de redactie regelmatig prijzen weg in de vorm van filmkaartjes, t-shirts, CD's en andere artikelen.

Naast de gratis functies zijn er ook een aantal diensten waarvoor betaald moet worden. Daaronder vallen onder andere berichten met het plaatsen van een foto in de SMS Chat balk (bovenin beeld op iedere pagina van de site) en het plaatsen van berichten met foto, prominent aanwezig op profielpagina's (zogenaamde Profile Chat berichten). Iedereen heeft de mogelijkheid een profiel aan te geven waar iets mis mee is, bijvoorbeeld een met discriminerende uitspraken.⁹⁹

Hoe is de vormgeving en inhoud?

Sugababes.nl: Op de beginpagina ziet men een keuzemenu met de "opties main", "babes", "chat", "forum", "site info" en "members only". Verder kan men op de beginpagina kiezen uit de opties profielen, entertainment, "lifestyle" en "the battle". Het kleurgebruik van de website bestaat uit verschillende roze tinten. De opmaak is vrij onoverzichtelijk, dat wil zeggen dat niet in een keer duidelijk wordt wat er te doen is op de site. De beginpagina is erg lang en niet volgens hetzelfde lettertype en volgens dezelfde stijl opgebouwd. Er zijn geen zogenaamde "pop-up" reclames, wanneer men op de site komt.

Superdudes.nl: Op de beginpagina ziet men wederom een keuzemenu met de opties "main", "dudes", "chat", "forum", "site info" en "members only". Daarnaast kan men op de beginpagina een keuze maken uit de opties profielen, entertainment, "lifestyle" en "the duel". Het kleurgebruik van de website bestaat uit diverse blauwtinten. De opmaak is vrijwel identiek aan de sugababes site op het kleurgebruik na.

⁹⁹ Idem, 11/4/2006

4.2.2 CU2

Door en voor wie is de site gemaakt?

CU2100 is een ander voorbeeld van een URL (internet adres) dat een zogenaamde online community vormt. Lid word je als je een profiel aanmaakt met een foto en informatie over de persoon waar het profiel van is. Iemand mag alleen een profiel voor zichzelf aanmaken en beheren. Alleen profielen in het Nederlands of Engels zijn toegestaan. De doelgroep van CU2 is iedereen tussen de 15 en 22 jaar oud. Meer dan driekwart van de aangemaakte profielen bevindt zich dan ook in deze leeftijdscategorie. Voor minderjarigen is het alleen met toestemming van ouders toegestaan om een profiel te hebben. Op de site zijn 512.000 actieve profielen (groei ongeveer 45.000 profielen per maand), waarvan 434.000 profielen van bezoekers tussen de 13 en 24 jaar zijn. De site heeft 130.000 bezoeken per dag, dat komt neer op 1 miljoen unieke bezoekers per maand. CU2 wordt gecontroleerd door een team van zogenaamde moderators, die er voor zorgen dat de opgestelde regels worden nageleefd. De moderators beslissen welke profielen worden verwijderd. Zij kunnen foto's of hele profielen verwijderen, als ze vinden dat een profiel niet aan de regels voldoet. Deze regels staan beschreven in het reglement op de website.

Wat kan men doen op de site?

Gebruikers kunnen, als ze inloggen, zelf kiezen in welke kleuren ze CU2 zien, ze kunnen "Karma" verdienen en weggeven aan andere gebruikers, hun foto's opslaan in aparte albums en veel informatie over zichzelf kwijt. Ook het aanpassen van het profiel kan op de site, door in de tekst die ze willen aanpassen te klikken. Het CU2 karmasysteem is de manier om te stemmen op andere CU2ers. De gebruiker geeft er mee aan welke profielen hij of zij mooi vindt. Er is een lijst met de populairste profielen ("Hot Babes" en "Cool Boys"). Hoe meer "Karma" iemand krijgt van andere gebruikers, hoe hoger iemand in deze lijst komt. Als men op iemands profiel kijkt, ziet men helemaal bovenaan een stembalk. Door op een cijfer te klikken geeft men iemand direct de bijbehorende hoeveelheid "Karma". Deze persoon kan dus ook gelijk stijgen in de hitscore-lijst. Wanneer iemand op een persoon stemt worden deze punten van zijn voorraad afgeschreven. Dit heeft geen invloed op de hoeveelheid "Karma" die anderen aan de gebruiker zelf hebben gegeven. Men mag niet meer "Karma" weggeven dan de eigen voorraad. Ook kan de gebruiker maar één keer per uur op een profiel stemmen. Zodra men ingelogd heeft op CU2 krijg diegene "Karma", dit is één per "Karma" per minuut om precies te zijn.

"Karma" verkregen doordat iemand op het persoonlijke profiel heeft gestemd kan niet zelf opnieuw worden uitgegeven. Deze tellen alleen mee bij het opstellen van de Top-10 en Top-50 lijsten. "Karma" ontvangen tijdens het ingelogd zijn blijft een week (7 dagen) geldig. Hetzelfde geldt voor "Karma" dat een ander aan iemand geeft; ook dit is een week geldig. De Top-10 kan er dus elke dag anders uitzien. Men hoeft dus ook niet persé al zijn "Karma" in één keer uit te geven. Verder kan men op de site verschillende "channels" bezoeken of discussiëren op een forum. Daarnaast kunnen nieuwe foto's en jarigen bekeken worden.

Hoe is de vormgeving en inhoud?

Op de beginpagina valt direct op dat er veel "cookies" worden gebruikt of zogenaamd "pop-ups". Dit zorgt ervoor dat de site erg onoverzichtelijk is. In het

¹⁰⁰ www.CU2.nl, 11/4/2006

keuzemenu op de beginpagina kan men kiezen uit de opties "home", zoeken, profielbeheer, forum, "CU2 Music", "chat" en help. Verder kan men op de beginpagina een keuze maken uit de opties "hot babes", "cool boys", "channels", forum, nieuwe foto's, jarigen, nieuwe profielen, zoeken, statistieken en laatst gewijzigd. Het kleurengebruik is rood, wit en blauw. Op de site is geen algemene informatie te vinden met betrekking tot de doelstelling en doelgroep van de site. Ouders kunnen hier geen overzicht krijgen met algemene uitleg over de werking van de site. Wel is er een contactformulier waar men een vraag kan formuleren om aan de beheerders van de site te sturen, echter heeft men hier wel een profielnaam voor nodig. Mijn algemene indruk van de site is druk, maar het taalgebruik van de site is over het algemeen duidelijk.

4.2.3 Blixum

Door en voor wie is de site gemaakt?

Blixum¹⁰¹ is een interactieve website voor jongeren tussen de 12 en 23 jaar uit Zuid-Holland. De doelstelling van deze site is in tegenstelling tot de bovengenoemde sites wel geformuleerd. De site informeert jongeren over diverse onderwerpen op de verschillende leefgebieden en over organisaties bij wie zij terecht kunnen. De site probeert op die manier bij te dragen aan de ontwikkelingskansen van jongeren en kan mede een preventieve werking hebben bij problemen. De makers van de site geven aan niet probleem gericht te zijn, maar wel oplossingen aan te reiken. Doelstelling is om met de website aan jongeren het brede aanbod in de provincie Zuid-Holland op het gebied van jeugdzorg, informatie en advies, toekomstmogelijkheden (school, werk, wonen) en vrije tijd en uitgaan te presenteren. Jongeren hebben volgens het VN-verdrag van de Rechten van het Kind recht op laagdrempelige, objectieve, actuele en betrouwbare informatie. Blixum wil daaraan tegemoet komen.

De website is gemaakt in opdracht van de provincie Zuid-Holland en is eigendom van en in beheer bij het Servicepunt Jongereninformatie van PJ PARTNERS, het Zuid-Hollandse Expertisecentrum voor Jeugdbeleid, Gendervraagstukken, Diversiteit, Sociaal Beleid en Cultuur in Rotterdam. Het Servicepunt Jongereninformatie verzorgt de inhoud en publiciteit van de site. De folderdatabase wordt actueel gehouden i.s.m. JIP Den Haag. Blixum is sinds april 2001 online en zal in 2006 opnieuw gerestyled worden. Blixum heeft per maand ongeveer 20.000 unieke bezoekers, een aantal dat momenteel hard groeit. Er is voor de naam Blixum gekozen omdat dit volgens de makers een beeld schept van helderheid, en een duidelijk antwoord op vragen. De naam is deels fonetisch gespeld omdat dat volgens de makers van de site opvalt en qua klank lekker in de mond ligt.¹⁰²

Wat kan men doen op de site?

De site is bedoeld om jongeren te laten participeren. Dit doet zij door de jongeren actief te betrekken bij de ontwikkeling van de site. Hiervoor is een jongerenredactie en een jongerenpanel opgericht. Blixum wil een platform zijn voor de provincie waar allerlei initiatieven voor jongeren onder gehangen kunnen worden. Met interactiviteit op de website wordt de wisselwerking tussen bezoekers en website bedoeld. Bij Blixum wordt de interactiviteit als volgt

¹⁰¹ www.blixum.nl, 9/5/2006

¹⁰² <http://www.blixum.nl/r.php?id=809>, 9/5/2006

ingevuld:

- Jongeren: de site biedt jongeren de mogelijkheid om met elkaar in contact te komen. Dit kan via het discussieforum, de chatbox, of door ervaringen (bij ieder onderwerp) uit te wisselen. Daarnaast is er wekelijks een andere poll te vinden op de site. Tot slot kunnen jongeren ook, via de mail, persoonlijk advies krijgen van een Blixum-medewerker.

- Organisaties: Instellingen, organisaties en gemeenten kunnen zichzelf kosteloos presenteren op Blixum. Momenteel zijn ongeveer 350 organisaties vertegenwoordigd op Blixum. Op deze manier ontstaat een beeld van het actuele aanbod voor jongeren in de provincie Zuid-Holland.

Blixum kent ook een aantal regels waar bezoekers zich aan moeten houden. Men moet aardig, beleefd en respectvol zijn tegen elkaar. Er mogen geen kwetsende, obscene, vulgaire, lasterlijke, haatdragende, bedreigende, seksueel - georiënteerde berichten worden geplaatst. Verspreiding van racistische, fascistische of anderzijds discriminerende en/of beledigende uitlatingen zijn verboden. De voertaal op Blixum is Nederlands. Alleen bij hoge uitzondering mag Engels als alternatieve taal gebruikt worden. Bezoekers moeten zo min mogelijk afkortingen gebruiken en mogen geen telefoonnummers, email-, MSN-, woonadressen of andere persoonlijke gegevens van zichzelf of anderen op Blixum plaatsen. Tot slot zijn reclame-uitingen, spamming, pornografie, onzedelijke uitingen en illegale handel ook niet toegestaan.¹⁰³

Hoe is de vormgeving en inhoud?

Op de beginpagina kan men een keuze maken uit een aantal opties; home, toekomst, vrije tijd, maatschappij, pesten en geweld, drugs, seks, faq's, contact. Daarnaast kan een keuze gemaakt worden uit chatten, discussie, wegwijzer, laatste nieuws, zoeken en hot topics. Het kleurgebruik van de site zijn verschillende geeltinten. Het taalgebruik is duidelijk en toegankelijk. Wat opvalt aan de site zijn de vele keuzemogelijkheden en de hoeveelheid tekst. Zowel de keuzes en de hoeveelheid tekst zijn net iets te veel van het goede. Volgens mij maakt dat de site onduidelijk en onaantrekkelijk is om te bezoeken. Wanneer men met de muis over de site gaat komen er voortdurend pop-up menu's met verwijzingen. Dat is lastig wanneer men op een link wil klikken maar in plaats daarvan een keuzemenu van een andere link krijgt.

De inhoud en onderwerpen zijn overigens wel goed. Alle belangrijke jongerenissues zijn terug te vinden op de site. Er is ook voldoende aandacht besteed aan links om extra informatie over een onderwerp op te zoeken. Bezoekers van de site maken veel gebruik van de mogelijkheid zelf hun verhaal te vertellen of te reageren op verhalen van andere bezoekers. De site wordt volgens mij vooral gebruikt door jongeren voor meer serieuze doeleinden, bijvoorbeeld om informatie te vinden over bepaalde onderwerpen of vragen te stellen. Voor ontspanning wenden jongeren zich naar mijn mening meer tot de eerder besproken profielwebsites.

¹⁰³ <http://www.blixum.nl/r.php?id=805>, 9/5/2006

4.3 CKV sites

Een goed aanknopingspunt voor een selectie met betrekking tot de CKV sites is de CKV.startpagina.¹⁰⁴ Dit is een digitale verzamelplaats voor alle sites die iets met CKV te maken hebben of relevant zijn voor het vak. Op de site wordt een onderscheid gemaakt in verschillende soorten CKV sites. Deze sites heb ik verdeeld in twee groepen, waarvan een groep bestaat uit soorten sites die met het vak te maken hebben en een andere groep met soorten sites die relevante informatie bevatten voor het vak:

- Groep 1: CKV Nieuws, CKV Methodes, CKV Bronnen – Naslagwerk, CKV Sites Scholen, CKV Portals, CKV Voor/Door Jongeren.
- Groep 2: Beeldende kunstenaars, Musea – Exposities, Muziek – Concert – Musical, Theater – Toneel – Cabaret – Dans, Archieven, Bioscoop – Film – Foto, Archeologie, Ned. Cultureel Erfgoed.

Ik richt me alleen op sites uit de eerste groep, omdat deze sites speciaal voor het vak CKV zijn ontworpen. De sites uit groep 2 zijn wel relevant voor het vak, maar niet speciaal gemaakt voor het vak CKV. In groep 1 zijn er ook verschillen tussen de soorten sites. De soorten Nieuws en Methodes bestaan uit sites die gaan over het vak en welke methodes er beschikbaar zijn. Daarnaast zijn er de soorten Bronnen – Naslagwerk, Sites Scholen, Portals en Voor/Door Jongeren. Deze sites zijn bedoeld als aanvullende lesstof op het reguliere lesprogramma van CKV. Deze laatste soort wil ik gaan beschrijven en tevens kijken in hoeverre deze sites gebruikt worden door docenten en leerlingen en op wat voor manier. Ter verduidelijking noem ik hieronder bij elke soort een aantal voorbeelden van sites die op de startpagina staan:

- CKV Bronnen – Naslagwerk: CKV1,2,3 Linken,Cultuurnetwerk bronnenbundels,Kunstophetweb CKV, DeKunsten:Moderne Kunst.
- CKV Sites Scholen: Andreas College, De Grundel: CKV/KCV Bronnen, Rotterdams Conservatorium, Odulphus Tilburg.
- CKV Portals: Cultuurplein.nl, De Map Portal, Cultuurnetwerk, Cultuurnet, Nationaal Archief: Onderwijs.
- CKV Voor/Door Jongeren CJP.nl: Bekijk't jongeren, CJP.nl en ZAPR Rotterdam.

Van elke categorie ga ik één website beschrijven op dezelfde manier als dat gebeurd is voor de profielwebsites in de vorige paragraaf. Ik ga dus kijken door en voor wie de site is gemaakt, wat men kan doen op de site en ik kijk naar de vormgeving en inhoud. Ik heb alleen sites uitgekozen die voor leerlingen bedoeld zijn. De websites die aan de orde komen zijn:

1. Bronnen CKV1: de droom, etc.¹⁰⁵
2. Odulphus Tilburg¹⁰⁶
3. De Map Portal¹⁰⁷
4. CJP.nl¹⁰⁸

¹⁰⁴ <http://ckv.startpagina.nl>, 9/5/2006

¹⁰⁵ <http://www.digischool.nl/ckv1/>, 9/5/2006

¹⁰⁶ <http://www.ckv1.net/>, 9/5/2006

¹⁰⁷ <http://members.home.nl/mpijpers/De%20Map%20Lambo%20Links.htm>, 9/5/2006

4.3.1 Bronnen CKV1: de droom, etc.

Door en voor wie is de site gemaakt?

Deze website, de vakcommunity CKV/CKV-1 en de vakcommunity CKV-2, is een onderdeel van De Digitale School. De Digitale School is een stichting die tot doel heeft alternatieve leerwegen aan te bieden aan leerlingen. Daarnaast ondersteunt zij leraren die deze leerwegen willen ontwikkelen en gebruiken. Daarom heeft de stichting een educatieve website ontwikkeld die wordt onderhouden door ongeveer 35 docenten uit het primair en het voortgezet onderwijs uit heel Nederland. In Vaklokalen bieden deze docenten gratis digitaal lesmateriaal aan. De website is gemaakt voor leerlingen van het vak CKV1 uit het algemeen deel voor havo en atheneum en het vak CKV vmbo en de kunstvakken uit het profiel C&M (CKV 2/3 en tehatex) en uit de onderbouw het vak beeldende vorming. De website heeft een educatief, non-commercieel karakter.

Wat kan men doen op de site?

Leerlingen kunnen op de website achtergrondinformatie vinden bij de CKV methode waar ze op dat moment mee bezig zijn. Wanneer een school zich heeft aangemeld op de site kunnen leerlingen verslagen van culturele activiteiten via de website inleveren door het bestand op de site te plaatsen bij de betreffende school. Verder kunnen leerlingen studieschema's opvragen op de site. Voor verschillende methodes zijn er studieschema's uitgewerkt. In zo'n studieschema staat welke opdrachten gemaakt moeten worden met aanvullende informatie en een handleiding voor het maken van verslagen en profiel opdrachten. Tot slot is per thema uitgewerkt wat er van de leerling verwacht wordt.

Hoe is de vormgeving en inhoud?

Op de beginpagina van de site kan men links een keuze maken uit het menu: verslag on-line, studiewijzers, thema's, architectuur, beeldende kunst, film, ballet en dans, drama en toneel, monologen, dialogen, wereldliteratuur, cabaret, muziek, opera, operette en musical, fotografie, strips/games en CKAFE. De voertaal van de site is Nederlands en er wordt gebruik gemaakt van één lettertype. Wel wordt er veel cursieve, dikgedrukte en gekleurde tekst gebruikt. De site komt hierdoor druk op mij over. Het kleurgebruik van de site is heel sober; vooral veel wit, afgewisseld met groene accenten. Ik vind de site daarom een beetje saai en weinig aantrekkelijk. De inhoud van de site is wel duidelijk en toegankelijk. Vooral de verschillende thema's zijn goed uitgewerkt en nodigen uit om verder te lezen. De studieschema's zijn zo opgezet dat de leerlingen zelfstandig aan het werk kunnen. Het kleurgebruik en het gebruik van afbeeldingen komen niet terug op de hoofdpagina.

4.3.2 Odulphus Tilburg

Door en voor wie is de site gemaakt?

De site is gemaakt door het St.-Odulphuslyceum voor havo, atheneum en gymnasium in Tilburg. De site is bedoeld voor leerlingen die op deze scholengemeenschap het vak CKV1 volgen. De school maakt gebruik van de CKV methode De Map. De site is zo gemaakt dat leerlingen zelfstandig aan het werk kunnen gaan in het zogenaamde Studiehuis van de Tweede Fase.

Wat kan men doen op de site?

Leerlingen moeten op de site eerst een persoonlijk account aanmaken, waarna ze zich vervolgens kunnen inschrijven op culturele activiteiten. Wanneer leerlingen vragen hebben kunnen ze via de site een mail sturen naar de webmaster of de leraar. Leerlingen kunnen via de site hun eigen voortgang bijhouden en via studieschema's zien wat ze nog moeten doen. Leerlingen kunnen via de site op andere relevante CKV sites komen door links te volgen, die per categorie (bijv. film, muziek en drama) staan aangegeven. Van week tot week wordt van de leerlingen verwacht dat ze zich zelf via de site inschrijven voor culturele activiteiten en zelf voorbereidingen treffen aan de hand van de studieschema's op de website.

Hoe is de vormgeving en inhoud?

Op de beginpagina kan men bovenaan uit de volgende opties kiezen: "home", roosters en inschrijven, CKV1 met De Map, fotoarchief, vragen, contact, gastenboek en "login". Aan de linkerkant kan de leerling een keuze maken uit: "login", maak je account aan, domein A, domein B, domein C, domein D, wanneer lig je op schema? Verder staan de 10 nieuwste culturele activiteiten, waar leerlingen aan mee zouden kunnen doen op de site. De voertaal is Nederlands en de schrijfstijl is vlot en toegankelijk voor jongeren. Het kleurgebruik is geel, zwart en grijs. De site komt educatief, maar vrolijk over. Qua inhoud is de site up-to-date en uitdagend. Leerlingen kunnen door middel van de website zelfstandig aan de slag met het vak CKV1.

4.3.3 De Map Portal**Door en voor wie is de site gemaakt?**

CKV 1 is een ervaringsvak. Om die reden staat de leerling, en zijn vorming tot kunstconsument en zijn smaakontwikkeling centraal in de lesmethode van De Map. De Map wordt uitgegeven door uitgeverij Lambo. De Map heeft een aantal doelstellingen; leerlingen zien kunst als een normaal dagelijks verschijnsel, leerlingen kunnen voor hen vreemde kunstuitingen ondergaan zonder vooroordeel en kunnen hun eigen oordeel zolang mogelijk uitstellen, leerlingen weten de weg op kunstgebied in hun eigen omgeving en leerlingen nemen zelf verantwoordelijkheid voor hun leerproces. Om die reden is de website ontwikkeld, zodat leerlingen zelfstandig met de lesstof aan het werk kunnen. De website is bedoeld voor leerlingen die het van CKV1 volgen. Het doel van de site is: plezier beleven aan kunst.

Wat kan men doen op de site?

Leerlingen kunnen op de site actuele en educatieve informatie vinden om opdrachten te maken. Daarnaast is er een online uitagenda beschikbaar om culturele activiteiten op te zoeken. Verder kunnen leerlingen gebruik maken van de leshulp, waar voorbeelden te vinden zijn voor het maken van verslagen en opdrachten. Zo staat er bijvoorbeeld een analysehulp voor tv-programma's. Tot slot staan er nog een aantal relevante links op de pagina, zoals het kunstwoordenboek en MovieZone.

Hoe is de vormgeving en inhoud?

De beginpagina bestaat uit drie blokken onder elkaar, waarvan de bovenste bestaat uit een kopje Informatie met bijbehorende links en daarnaast een kopje Actueel met bijpassende verwijzingen. Het middelste blok bestaat uit Jong, met

onder andere een link naar de Kunstbende. Verder bestaat het blok uit de Agenda online, waarin wordt verwezen naar het UITburo, festivals en OnStage. De voertaal is Nederlands en de schrijfstijl is netjes en beknopt. Het kleurgebruik is zwart, wit en groen/blauw. De inhoud vind ik overzichtelijk, maar vrij beperkt. Leerlingen kunnen wel via de internetles op bruikbare sites komen om bijvoorbeeld opdrachten te maken.

4.3.4 CJP.nl

Door en voor wie is de site gemaakt?

CJP staat voor Cultureel Jongeren Paspoort. CJP krijgt geen subsidie van de overheid, maar heeft inkomsten door de pasverkoop (100.000 leden) en krijgt geld voor haar activiteiten van sponsors. CJP werkt samen met veel organisaties, instellingen en bedrijven. CJP voert in opdracht van het ministerie van OCW het project Culturele Kunstzinnige Vorming (CKV) uit. Alle 15/16-jarigen van Nederland krijgen het vak CKV op school. CJP heeft een naamsbekendheid van 98% onder jongeren. CJP heeft op die manier een unieke ingang in het middelbaar onderwijs en ondersteunt ongeveer 6.500 docenten voor het vak CKV. Op de site kunnen bezoekers alles vinden op het gebied van kunst, ontspanning, vermaak en cultuur. Volgens CJP verrijkt cultuur iemands leven, omdat men daardoor op een andere manier naar dingen gaat kijken. Zo kan cultuur helpen om andere mensen en hun gewoontes beter te begrijpen of open te staan voor andermans ideeën. CJP gaat ervan uit dat kunst en cultuur bijdragen aan tolerantie en integratie. Jongeren tot en met 26 jaar krijgen met een CJP-pas korting bij bijna alle bioscopen, theaters en musea van Nederland.

Wat kan men doen op de site?

Op de site zijn kortingen te vinden voor bepaalde culturele activiteiten of producten. Daarnaast is een overzicht te vinden van media en events, die allemaal gaan over cultuur in de breedste zin van het woord. Daarnaast zet CJP zich in voor de erkenning van nieuwe cultuur die jongeren zelf maken. Het ministerie van OCW eist van elke CKV leerling dat hij of zij een aantal culturele evenementen gaat ondernemen. Het ministerie geeft iedere CKV leerling €22,50 aan CKV bonnen om deze activiteiten te ondernemen. De CKV docent vraagt de bonnen aan en bepaalt of ze individueel of klassikaal uitgegeven worden. De bonnen kunnen bij nagenoeg alle bioscopen, musea, schouwburgen, musicals en tentoonstellingen ingeleverd worden. Via de CJP site kunnen leerlingen zoeken naar CKV kortingen op events in hun buurt. De leerling kan ook inloggen op MyTaste. Dan worden enkel de CKV aanbiedingen getoond van iemands vooraf aangegeven voorkeur.

Naast de bonnen wordt een gratis CJP-pas voor een jaar verstrekt. Met die pas kan de leerling zich identificeren bij het inleveren van CKV-bonnen. De pas kan ook gebruikt worden voor kortingen binnen een groot deel van Europa op cd's, tijdschriften, kleding, reizen en games. Op de site kunnen leerlingen zien waar welke kortingen gelden en meedoen aan acties om prijzen te winnen.

Hoe is de vormgeving en inhoud?

De beginpagina bestaat uit een keuze menu met een aantal opties; film, muziek, theater, games, reizen, lezen, expo's en akties. De voertaal van de site is Nederlands, maar er komen wel veel Engelse woorden doorheen. Het lettertype is afwisselend, maar duidelijk. Het kleurgebruik is overwegend wit met zwarte en roze kleuraccenten. Op de site zijn een aantal reclame-uitingen te vinden, maar

niet in de vorm van pop-ups. Het geheel van de vormgeving komt op mij duidelijk en plezierig over. Op de site kunnen bezoekers per categorie meer lezen over acties, kortingen en ervaringen van andere bezoekers. Wanneer men één van de opties aanklikt komen er in veel gevallen een lijst van meer dan 100 kortingen of acties naar voren, waarvan tien resultaten per pagina zijn weergegeven. Onduidelijk is dan of de kortingen of actie op de eerste pagina's de meest recente acties of kortingen zijn. Inhoudelijk is het wat lastig zoeken op de site, maar via het zoekmenu op de hoofdpagina kan men gericht zoeken.

4.4 In de Praktijk: de Lage Waard en het vak CKV

Op 6 juni 2006 heb ik een bezoek gebracht aan de Lage Waard. De Lage Waard is een scholengemeenschap in Papendrecht voor havo en vwo. De CKV lessen worden voor alle klassen op hetzelfde tijdstip gegeven, op de dinsdagmiddag tijdens het vijfde en zesde lesuur. De lessen worden verzorgd door vier docenten die van Nederlands, Frans, muziek en drama. Tijdens deze dag heb ik in de verschillende klassen gekeken hoe het vak CKV gegeven wordt. Na de les heb ik een gesprek gevoerd met de CKV docenten en vragen gesteld over de invulling van het vak CKV op de Lage Waard. Ik heb bijzondere aandacht besteed aan het gebruik van Internetsites over kunst en cultuur in het lesprogramma. Ik vind het belangrijk om dit praktijkvoorbeeld mee te nemen in mijn thesis, omdat er anders alleen eenzijdig mijn mening wordt weergegeven over CKV en er verder geen uitsluitend is over de vraag of en op welke manier het gebruik van Internet in het lesprogramma geschiedt. Dit voorbeeld wil ik als indicatie gebruiken om te zien waarom er op het moment weinig gebruik wordt gemaakt van Internet in het lesprogramma door leraren. Het was waarschijnlijk zinvoller geweest om enquêtes te houden onder leerlingen, want hun mening is zeker zo belangrijk. Maar dit was praktisch niet uitvoerbaar omdat er te weinig tijd beschikbaar was.

Inrichting van het vak

De docenten op de Lage Waard maken gebruik van de methode ZienderOgen kunst. Deze methode hebben ze zelf uitgekozen omdat zij volgens de docenten de minst slechte was. De lesmethode bestaat uit een lesboek en een cd-rom. De cd-rom van ZienderOgen kunst werkt bij een aantal leerlingen niet, omdat er bepaalde software voor nodig is om de cd-rom te draaien op de persoonlijke computer. Daarnaast maken ze af en toe gebruik van de methode Palet die ze los hebben aangeschaft ter aanvulling op het lesprogramma. De lesmethode ZienderOgen kunst gebruiken ze niet strikt, omdat deze te weinig actuele onderwerpen bevat. De docenten laten de leerlingen beginnen met zoeken op sites als Digischool.nl, Cultuurplein.nl en de site van de lesmethode zelf. De docenten stellen hun lessen soms samen aan de hand van op Internet gevonden informatie. Zij doen dit, omdat ze zeggen zelf onvoldoende verstand te hebben van CKV en de onderwerpen die behandeld worden om inhoudelijk een goede les voor te bereiden. Op Internet zijn in feite kant en klare lessen te vinden, die zo gebruikt kunnen worden. De docenten zien CKV als bijvak voor henzelf los van hun hoofdvak en zijn in mindere mate bereid tijd te steken in de voorbereidingen van het vak. Ze zeggen wel erg enthousiast te zijn en staan open voor nieuwe ideeën en suggesties.

Invulling van Lesuren/huiswerk

De leerlingen krijgen twee uur CKV per week gedurende het vierde lesjaar. In dat jaar moeten havo leerlingen zes en vwo leerlingen acht culturele verslagen

van culturele activiteiten indienen. Van deze activiteiten mogen er twee uit hetzelfde discipline komen. Een leerling mag bijvoorbeeld maximaal twee keer naar de film. Dit schooljaar hebben de leerlingen drie grote opdrachten gekregen met de "popart", mythen en poëzie opdracht. Aan het einde van het jaar moet elke leerling een kunstdossier inleveren dat bestaat uit de verslagen, drie balansverslagen, een eindevaluatie en de opdrachten. Dit is een gebruikelijke indeling van het vak CKV en komt overeen met de richtlijnen van het vak CKV die ik in hoofdstuk 3.3.2 heb beschreven.

Uitwerking van de thema's

Thema's worden per blok behandeld. Op de Lage Waard is er voor elke docent de ruimte om iets van het eigen specialisme in te brengen. Zo is de van oorsprong docente Nederlands in de CKV les begonnen met een poëzie project. Elke leerling heeft aan de hand van een ansichtkaart een vragenlijstje in moeten vullen met een vijftal vragen. Een van de vragen was: "Benoem vijf woorden die bij je opkomen wanneer je naar de kaart kijkt". De leerlingen kregen uiteindelijk de opdracht om een gedichtje bij de kaart schrijven. Zo is er elke periode een opdracht voor de leerlingen.

Gebruik van Internet voor het vak

De docente Frans heeft laatst een opdracht gedaan met haar leerlingen waarvoor gebruik gemaakt is van een Internet site, waarop leerlingen filmpjes moesten bekijken die bij een gedicht horen. Deze opdrachten met gebruik van Internet zijn sporadisch omdat de technische faciliteiten zeer beperkt zijn op school. Op de duizend leerlingen zijn er 60 persoonlijke computers verdeeld over twee lokalen, die weken van te voren gereserveerd moeten worden. De school doet op het moment nog weinig met Internet, vooral door gebrek aan faciliteiten. Wanneer de docenten wel de mogelijkheid zouden hebben om Internet te gebruiken in de lessen, bijvoorbeeld door persoonlijke computers in de klas (dus een vast CKV lokaal met computers), dan zouden ze zeker veel meer gebruik maken van het Internet in de vorm van opdrachten die leerlingen zouden moeten maken door gebruik te maken van bepaalde internetsites. Ze geven wel aan niet precies te weten wat de mogelijkheden zijn van het medium, omdat de lesmethode ZienderOgen kunst weinig tot geen suggesties geeft op dit gebied.

4.5 Deelconclusie

Het doel van dit hoofdstuk was om uiteindelijk de vraag: *Vormen CKV sites een aanvulling op het reguliere lesprogramma en wordt op deze manier de doelstelling van het vak bereikt?* te beantwoorden. Om die reden heb ik profielsites en CKV sites beschreven aan de hand van een aantal deelvragen, namelijk: *Voor wie en door wie is de websites gemaakt? Wat kan men doen op de site? en Hoe zien de vormgeving en inhoud eruit?*

Ik heb een aantal kenmerken en categorieën op basis van de Think Quest wedstrijd en de "Uses en Gratifications"-benadering vastgesteld. In de eerste plaats heb ik vastgesteld dat een educatieve website en CKV site aan een aantal punten moet voldoen. Vervolgens heb ik profielsites en CKV sites ingedeeld in categorieën met de vooronderstelling dat een CKV site alle categorieën vertegenwoordigt, maar bovenal kennis en informatie bevat en in mindere mate vermakelijk is.

De profielsites Sugababes.nl en Superdudes.nl zijn vooral in de categorieën vermaak/amusement en communicatie in te delen, maar de categorie vermaak/amusement voert hier de boventoon. Het aspect van kennis/informatie ontbreekt op deze sites. De site CU2 komt in grote lijnen overeen met Sugababes en Superdudes en valt met name in de categorieën vermaak/amusement en communicatie. De site Blixum valt vooral in de categorie kennis/informatie. Het aspect communicatie is ook vertegenwoordigd op de site, maar voor ontspanning moeten jongeren zich wenden tot een andere site. Op de profielsites is het vermaak en amusement sterk vertegenwoordigd, terwijl kennis en informatie nauwelijks is te vinden met uitzondering van de site Blixum.

De CKV site Bronnen CKV1 valt in de categorie kennis/informatie. De aspecten vermaak en communicatie zijn wel aanwezig op de site, bijvoorbeeld de onderdelen strips/games en CKAFE. De site Odulphus Tilburg valt ook binnen de categorie kennis/informatie. De onderdelen vermaak/amusement en communicatie zijn in veel mindere mate te vinden op de site, dan op de site CKV site Bronnen CKV1. De site De Map valt wederom binnen de categorie kennis/informatie. Het onderdeel vermaak/amusement is ook aanwezig, doordat er een online uitagenda is met culturele activiteiten. De CJP site valt eveneens onder de categorieën kennis/informatie en vermaak/amusement. Beide zijn gelijk vertegenwoordigd op de site. De meeste CKV sites vallen dus binnen de categorie kennis en informatie, daarnaast zijn de andere categorieën wel goed vertegenwoordigd op de site. Met uitzondering van de site Odulphus Tilburg. Dit komt overeen met mijn vooronderstelling dat op een educatieve site alle aspecten vertegenwoordigd moeten worden en kennis/informatie de boventoon voert.

Doordat jongeren steeds bekender worden met de techniek op het net, vindt er een verschuiving plaats van de rol van consument naar producent. Op de profielsites als sugababes en CU2 houden jongeren hun persoonlijke foto's, filmpjes en blogs bij. Het gevaar hierbij is dat jongeren niet begrijpen dat grote providers vaak eigendomsrechten hebben op de geplaatste afbeeldingen. De gebruikersvoorwaarden worden veelal niet goed gelezen. Wanneer een jonge fotograaf bijvoorbeeld uiteindelijk succesvol wordt, dan zijn de geplaatste afbeeldingen eigendom van de provider.

De doelstelling van het vak CKV is dat de leerling een gemotiveerde keuze kan maken voor, voor hem betekenisvolle activiteiten op het gebied van kunst en cultuur, op grond van: ervaring met deelname aan culturele activiteiten, kennis van kunst en cultuur, praktische activiteiten op het gebied van één of meer kunstdisciplines en de reflectie daarop. CKV sites vormen in zoverre een aanvulling op het reguliere lesprogramma omdat ze leerlingen helpen een keuze te maken uit het aanbod van culturele activiteiten. Daarnaast geven de sites kennis van kunst en cultuur, welke leerlingen kunnen gebruiken voor de reflectie op de culturele activiteiten of het maken van opdrachten. Alle sites hebben de vormgeving en inhoud goed op elkaar afgestemd en de mogelijkheden van het medium goed benut. Vooral de CJP site en de CKV site Bronnen CKV1 hebben deze aspecten goed verwerkt in de site, terwijl de site van De Map niet erg professioneel oogt omdat het een eenvoudige website is zonder een vernieuwend element. Een vernieuwend element zou bijvoorbeeld een eigen huisstijl kunnen zijn met een logo. Goede vormgeving en vlot taalgebruik zijn elementen die de andere sites wel toepassen. De sites weten informatie goed te combineren met

interactiviteit en humor, de onderwerpen zijn actueel en boeiend en geschikt voor de doelgroep. Met name de site van CJP en Odulphus Tilburg springen er op dit gebied uit, terwijl De Map deze aspecten nauwelijks heeft verwerkt op de site. Alle sites "linken" wel goed door naar relevante sites van bijvoorbeeld culturele instellingen. Op grond van mijn eigen bevindingen denk ik dat de site van CJP het beste is te gebruiken voor leerlingen, omdat deze alle aspecten voor een goede educatieve website bevat. De site geeft goede tips om de CKV bonnen te besteden en is op een leuke manier erg informatief. De CKV site Bronnen CKV1 is voor zowel leerlingen als leraren een handige site om allerhand informatie over het vak te vinden en werkt ook prettig. De site van Odulphus Tilburg kan op meerdere punten verbeteren, maar is over het algemeen een redelijke website. De site van De Map vind ik het minste te gebruiken voor leerlingen, omdat meerdere aspecten slecht vertegenwoordigd zijn.

Het vak CKV op de Lage Waard heeft met nogal wat tegenslagen te maken door gebrek aan een eigen CKV lokaal, opslagruimte en gebrekkige technische faciliteiten. Desondanks is het team wel gemotiveerd om nieuwe lesideeën te ontwikkelen en met enthousiasme voor de klas te staan. Het gebruik van internetsites voor kunst en cultuur in de lessen is beperkt, doordat de computerfaciliteiten niet toereikend zijn op de school. De leraren proberen dit op te vangen door jpg bestanden op cd te branden en deze te tonen in de les.

Hoofdstuk 5 - Conclusie

Doel van dit onderzoek is om uiteindelijk de vraag: *Wat is de virtuele belevnis van de M-generatie en in hoeverre kan het vak CKV hier op inspelen?* te beantwoorden. Daarom zijn in het onderzoek een aantal deelvragen aan de orde gekomen. In dit onderzoek heb ik geleerd wat de M-generatie is en hoe deze tot stand is gekomen. Daarnaast heb ik geleerd hoe het CKV onderwijs in Nederland wordt vormgegeven en hoever Nederland is op het gebied van digitale cultuureducatie.

De relatie tussen jongeren en Internet wordt gekenmerkt door de digitalisering van de leefwereld van jongeren, welke is ontstaan door de mediarevolutie. Jongeren van nu gaan heel anders om met media dan voorgaande generaties. Ze gebruiken nieuwe media bijvoorbeeld voor andere dingen. Het is een verlengstuk van hun sociale leven geworden. Jongeren hebben met elkaar meer contact dan voorgaande generaties. Het programma MSN Messenger speelt hier een belangrijke rol in. MSN Messenger is de naam van de instant messenger van Microsofts MSN. Nederlandse jongeren zijn veertien uur per maand aan het msn'en. MSN Messenger heeft onder jongeren met twee miljoen gebruikers een bereik van 75 procent (totaal bereik: 3,8 miljoen). Daarnaast spelen profielwebsites een grote rol. Ik heb geleerd dat deze profielwebsites vooral aspecten van vermaak en amusement bevatten, in tegenstelling tot CKV sites waar met name aspecten van kennis en informatie de boventoon voeren.

Op dit moment vormen CKV sites in zoverre een aanvulling op het reguliere CKV lesprogramma dat ze helpen leerlingen een keuze te maken uit het aanbod van culturele activiteiten. Daarnaast geven de sites kennis van kunst en cultuur, welke leerlingen kunnen gebruiken voor de reflectie op de culturele activiteiten of het maken van opdrachten. De projectgroep *Cultuur en School* gaat ervan uit dat lang niet alle scholen gebruik maken van CKV sites in het lesprogramma, maar het is zeker aan te raden omdat leerlingen veel leerwinst boeken door gebruik van ICT-voorzieningen op school. Dit uit zich in meer leren, sneller leren, met meer plezier leren en zichzelf succesvoller voelen. Wanneer een school bijvoorbeeld zelf een educatieve CKV site wil gaan opzetten of gebruiken zijn er een aantal punten waar ze op kunnen letten. In de eerste plaats heb ik vastgesteld dat een educatieve website aan de volgende punten moet voldoen; spreekt een breed publiek aan, vormgeving en inhoud is goed op elkaar afgestemd, de mogelijkheden van het medium worden goed benut, informatie is in zijn geheel gecombineerd met interactiviteit, humor, aantrekkelijk en leuk, waardoor de aandacht beter bewaard blijft, het onderwerp is actueel en boeiend en geschikt voor de doelgroep, in de teksten door linken naar relevante websites en correcte bronvermelding en verantwoordingen. Daarnaast zou de website rekening kunnen houden met het feit dat de aspecten kennis en informatie de boventoon zouden moeten voeren op de site en daarnaast zou de website elementen van communicatie en vermaak moeten bevatten om de jongeren te interesseren voor de site.

Door het onderzoek ben ik er niet achter gekomen hoe leerlingen en leraren in de praktijk gebruik maken van CKV sites. Wat ik graag zou willen weten is in hoeverre leerlingen CKV sites gebruiken en wat zij denken dat er aan de sites verbeterd kan worden. Om dit te weten te komen was het waarschijnlijk zinvol

zijn geweest om leerlingen te interviewen, wat nu wegens tijdgebrek niet haalbaar was.

Tijdens het uitvoeren van mijn onderzoek zijn de resultaten van de TKMST Monitor 2006 verschenen¹⁰⁹. De TKMST Monitor 2006 van Aromedia is het langst lopende en grootste onderzoek onder scholieren in Nederland. De TKMST Monitor biedt inzicht in onder andere studiekeuzegedrag en surfgedrag van Nederlandse jongeren in het havo/vwo, mbo en vmbo. Voor verder onderzoek naar het gebruik van websites door jongeren kan dit onderzoek een goed uitgangspunt zijn, omdat onderzoek is gedaan naar de activiteiten die de leerlingen op Internet doen, of ze zelf ook informatie op internet zetten en of leerlingen wel eens betalen voor producten of diensten op internet. Zo luistert meer dan de helft van de leerlingen wel eens naar de radio via internet, kijkt bijna 40 procent wel eens naar de televisie via internet, maakt eenzelfde percentage gebruik van podcasts en wordt door iets minder dan 20 procent van de leerlingen ge-skypt. Minder dan 40 procent van de leerlingen zet ook zelf wel eens informatie op internet: 15 procent heeft een eigen website, 16 procent een eigen profiel en 7 procent een eigen weblog. Deze uitkomsten sluiten aan op de bevindingen in mijn onderzoek naar de M-generatie. Namelijk dat het dagelijkse leven van jongeren zich steeds verder verplaatst naar de digitale omgeving.

Afsluitend zou ik willen zeggen dat ik veel geleerd heb van het onderzoek naar de M-generatie. Desondanks zijn er meerdere kanten niet of nauwelijks belicht. Voor toekomstig onderzoek naar de M-generatie, zou het interessant zijn om Nederlandse jongeren te interviewen over surfgedrag op educatieve websites. Ik hoop in ieder geval in dit onderzoek de huidige stand van zaken met betrekking tot cultuureducatie in de M-generatie voldoende in kaart te hebben gebracht.

¹⁰⁹ www.tkmstmonitor.nl, 15/11/2006

Hoofdstuk 6 - Literatuur

Boeken

- Becker H.A., *Generaties en hun kansen*, Meulenhoff, Amsterdam, 1994
- Becker H.A., *De toekomst van de Verloren Generatie*, Meulenhoff, Amsterdam, 1997
- Boer de C. en Brennecke S.I., *Media en Publiek: Theorieën over media-impact*, Boom, Amsterdam, 1999
Studieboek dat een overzicht geeft van alle gangbare theorieën over de impact van massamedia.
- Breedveld K., *Trends in de tijd: een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordening*, Sociaal en Cultureel planbureau, Den Haag, 2001
- Broek, A. van den en J. de Haan, *Cultuur tussen competentie en competitie*, SCP, Den Haag, 2000
- Broek, A. van den, F. Huysmans en J. de Haan, *Cultuurminnaars en cultuurmijders*, SCP, Den Haag, 2005
- Damen, M., F. Haanstra & H. Henrichs, *Cultuur + Educatie. Een kwarteeuw onderzoek naar kunst- en cultuureducatie in Nederland*, Cultuurnetwerk Nederland, Utrecht, 2002
- Damen, M., F. Haanstra & H. Henrichs, *Cultuur + Educatie deel 8. Eindrapportage CKV1-Volgproject*, Cultuurnetwerk Nederland, Utrecht, 2004
- Diepstraten, I., P. Ester en H. Vinken, *Mijn generatie zelfbeelden, jeugdervaringen en lotgevallen van generaties in de twintigste eeuw*. Tilburg: Syntax Publishers, 1998
- Gils, W. van, *Realiteit en illusie als schijnvertoning: Over het werk van Jean Baudrillard*, SUN, Nijmegen, 1986
- Haan de J., *E-cultuur: een empirische verkenning*, Sociaal en Cultureel planbureau, Den Haag, 2002
- Haan, J. de en Christian van 't Hof, *Jaarboek ICT en samenleving. De digitale generatie*, Boom, Den Haag, 2006
- Haanstra, H., F. Damen en M.L. Nagel, *Eindrapport CKV-volgonderzoek*, Universiteit Utrecht, Utercht, december 2003
- Katz, E., Blumler, J.G. & Gurevitch, M., *Uses of Mass Communications by the Individual. In: J.G. Blumler & E Katz (eds.), The uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Sage, Beverly Hills, 1974
- McLuhan, Marshall. *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*, Routledge, London/Toronto, 1962
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill, New York, 1964.
- McLuhan M., *Media research: technology, art, communication: essays*, GB Arts International, Amsterdam, 1997
- Seale, C. , *Researching society and culture*, SAGE, Londen, 2005
- Steensel van K.M., *Internetgeneratie: de broncode ontcijferd*, Stichting Maatschappij en Onderneming, Den haag, 2000
- Stevenson N., *Understanding Media cultures: social theory and mass communication*, Sage, Londen, 2002
- Zoonen van, E.A., *Media, cultuur en burgerschap. Een inleiding*, Het Spinhuis, Amsterdam, 1999

Artikelen

- Bommel, T. van, *Het culturele gehalte van het onderwijs: een verkenning op basis van literatuur en case study*, Cultuurnetwerk Nederland, Den Haag, 2005
- Benson S.P., *Village people? The Net generation*, IEEE Communications Magazine 36, januari 1998
- Buckingham D., *Growing up digital: The rise of the net generation*, European Journal of communication 13, 1998
- Chen C.Y., *Chasing the Net generation*, Fortune 142, september 2000
- Leland J., *The secret life of teens*, Newsweek, mei 1999
- Leung L., *Net-generation attributes and seductive properties of the Internet as predictors of online activities and Internet addiction*, Cyberspsychology en Behavior, juni 2004
- Lieshout van H., *Digitaal onderwijs zonder drempels*, Fontys Hogescholen, 2005, PDF
- Ministerie van OCW, *Examenprogramma's profielen vwo/havo: Culturele en kunstzinnige vorming 1*, OCW/SDU, Den Haag, 1998
- Richards J.A., *Nursing in a digital age*, Nursing economics 19, 2001
- Rubens, W. en W. Admiraal, W. , *Samenwerkend leren met behulp van ICT binnen het Europese onderwijs: ervaringen met Synergeia in vier landen*, Paper gepresenteerd tijdens de OnderwijsResearchDagen, Kerkrade, 2003
- Tapscott D., *The Net generation*, Computerworld, januari 1998
- Tapscott D., *The rise of the Net-Generation*, Advertising Age, 1999
- Thoburn P., *Teen culture on the Internet: just what are the 85% of Canadian teens who hang out on the Internet doing there?*, Marketing Magazine, augustus 2000
- Valkenburg P.M., *Kinderen en Internet: Implicaties voor mediapedagogiek*, Pedagogiek in Praktijk, nr. 1, 2001
- Williams P., *The net-generation: the experiences, attitudes and behaviour of children using the Internet for their own purposes*, Aslib Proceedings 51, oktober 1999
- Young T., *Teen culture foreshadows the Internet's future*, Digital Marketing, november 2000

Televisie-uitzendingen

- Netwerk, *Jongeren kwetsbaar op Internet*, 17 juli 2003, 20.30
- Netwerk, *Kinderen en Internet*, 20 juni 2005, 20.30
- Netwerk, *De digitale generatie: Internet als vriend en vijand*, 30 oktober 2005, 20.15

Websites

- ckv.pagina.nl
- ckv.startpagina.nl
- <http://members.home.nl/mpijpers/DeMapLambo>
- www.blixum.nl
- www.ckv1.net
- www.cjp.nl
- www.cu2.nl
- www.cultuurenschool.net
- www.cultuurnetwerk.nl
- www.cultuurplein.nl
- www.digischool.nl/ckv1
- www.e-learning.nl
- www.minocw.nl
- www.rug.nl
- www.superbabes.nl
- www.superdudes.nl
- www.thinkquest.nl/overthinkquest
- www.tkmstmonitor.nl