

Wat is media?



De zaak. Milan wedt dat hij één dag zonder media kan. Kiko lacht hem uit. Wie wint? En wie zit er eigenlijk achter al die media?

De weddenschap

GEHEIM

Zaak	Kan je één dag leven zonder media?
Waar	Overal: thuis, in de bus, op school, in je broekzak
Verdachte	Milan, die zegt: 'Ik gebruik geen media. Ik game gewoon.'
Jouw missie	Ontdek wat media zijn, wie ze maakt en waarom. En of Milan zijn weddenschap wint.

Het Pixelbureau: Lina, Milan, Noor, Amir en Kiko de neusbeer.

Maak kennis

Het Pixelbureau

Boven de schoolbib, achter een deur die altijd klemt, ligt een zolder vol oude kranten, kapotte computers en dozen met videobanden. Daar zit het Pixelbureau: vier vrienden en een neusbeer. Ze lossen raadsels op over alles wat op een scherm, in een krant of in je oren komt.



Lina

11 jaar. Filmt alles en droomt van een eigen kanaal.



Milan

12 jaar. Gamer. Kent elke eindbaas en ruilt kaartjes.



Noor

11 jaar. Tekent. Ziet details die niemand ziet.



Amir

12 jaar. Voetbal, sneakers en een meme voor alles.



Kiko

Neusbeer. Woont op de zolder. Heeft een neus voor nep.

De weddenschap



'Media? Dat is iets voor oude mensen,' zegt Milan. Hij ploft neer op de versleten zetel. 'Kranten en zo. Ik gebruik dat nooit.'

Kiko kruipt uit een doos vol tijdschriften. Hij snuift. 'Echt? Dan wed ik met je. Morgen leef je één dag **zonder media**. Hou je het vol, dan krijg je mijn zeldzaamste ruilkaart.'

'Makkelijk,' zegt Milan. De anderen kijken elkaar aan. Amir grijnst al.



De volgende ochtend om 7.04 uur gaat het al mis ...

Groepsgesprek, 7.04 uur

Milan

Oké, ik ben wakker. Geen gsm. Geen tv. Ik ga gewoon ontbijten.



Amir

Hoor je dat? Je mama heeft de radio aan. Dat is een medium.

Milan

Dat telt niet, die staat niet op voor mij!



Noor

En wat staat er op die doos ontbijtgranen? Een reclame voor een spel waarmee je een fiets wint.



Lina

En aan de bushalte hangt een affiche. En in de bus speelt een scherm het weerbericht.



Kiko

Hé Milan. Het is 7.04 uur. Hoe gaat het met je weddenschap?



LEVEL UP

Wat zijn media?

Media zijn manieren om een boodschap van iemand naar heel veel mensen te brengen. Het woord komt van het Latijnse *medium*: 'iets in het midden'. Media staan in het midden, tussen de **maker** en **jou**.

- krant, tijdschrift, boek, strip
- radio, tv, podcast
- website, filmpjesplatform, app
- game (ja, ook jouw game!)
- sociale media en de groepschat
- affiche, reclamebord, de doos van je ontbijtgranen



Eén **medium**, twee **media**. Zeg dus: 'een game is een medium', 'kranten en games zijn media'.

Hoeveel media vóór 8 uur?

SOLO-MISSIE

Welke media kwam Milan tegen voor hij op school was? Schrijf ze op.

En jij, vanochtend? Tel ze allemaal. Ook de kleine.

Hoofdstuk 2

De tovenaar achter het gordijn

Op school geeft Milan op. 'Oké, oké. Media zijn overal. Maar wat maakt het uit?'

Kiko klimt op een stapel kranten. 'Omdat achter elk medium iemand zit. Een mens, of een hele ploeg. En die heeft een plan met jou.' Hij wijst naar Milans game. 'Wie heeft die gemaakt?' Milan haalt zijn schouders op. 'Een computer?'

'Nee,' zegt Kiko. 'Honderden mensen. Jarenlang. En ze weten heel goed wat ze doen.'



LEVEL UP

Wie zit erachter?

Soms zie je meteen wie de maker is. Soms moet je speuren.

Krant of nieuwssite

Journalisten. Ze zoeken uit wat er gebeurde. Een redactie kijkt alles na voor het verschijnt.

Tv-programma

Een ploeg: presentatoren, cameramensen, een regisseur. Een zender kiest wat er uitgezonden wordt.

Filmpje online

Iedereen! Een kind, een bakker, een bedrijf, een streamer met 100 000 volgers. Niemand kijkt het vooraf na.

Jouw game

Een bedrijf met ontwerpers, tekenaars en programmeurs. Soms honderden mensen.

Een meme

Iemand die je meestal niet kent. Daarna passen duizenden mensen hem aan en sturen hem door.

Reclamebord

Een bedrijf dat iets wil verkopen, en een reclamebureau dat er een slim beeld voor bedenkt.



Kiko's neus zegt

Een maker kiest altijd: wat laat ik zien, en wat laat ik weg? Wat jij ziet, is dus nooit 'de hele werkelijkheid'. Het is een **stukje**, gekozen door iemand anders.

Wat willen ze van mij?

Die middag zit het Pixelbureau op de zolder. Kiko heeft vijf lege bekertjes op een rij gezet. 'Elke maker wil iets,' zegt hij. 'Er zijn vijf grote doelen. Raad maar.'

Noor denkt aan het weerbericht. Amir aan een filmpje van een kat die in een doos springt. Lina aan de affiche met de sneakers. Milan zegt niks. Hij denkt aan zijn game, en aan de knop 'koop de battle pass'.

▶ *Welke vijf doelen zitten er in Kiko's bekertjes?*

LEVEL UP

De vijf doelen van makers

Elke maker heeft een **doel**. Vaak zelfs meer dan één tegelijk.

- **informer**: je iets laten weten (het weerbericht, het nieuws)
- **amuser**: je laten lachen of ontspannen (een grappig filmpje, een game)
- **verkoop**: je iets laten kopen (reclame, maar ook de winkel in je game)
- **overtuig**: je iets laten denken of doen ('Zet je fiets op slot!')
- **verbind**: mensen met elkaar in contact brengen (de groepschat, samen online spelen)

Milans game wil hem **amuser**. Maar met die battle pass wil hij ook **verkoop**. En met het teamspel **verbindt** hij spelers.



Welk doel?

VERBINDEN

Trek een lijn van elk voorbeeld naar het doel dat het best past. Past er meer dan één? Zeg waarom.

1 Het weerbericht op tv



A overtuigen

2 Een filmpje van een kat die in een doos springt



B verbinden

3 Affiche: nieuwe sneakers, nu 20% korting



C informeren

4 Een video: 'Zet je fiets altijd op slot!'



D verkopen

5 De groepschat van je voetbalploeg



E amuseren

Jij beslist

KIES EEN PAD

Milan downloadt een nieuwe game. 'Gratis!' staat er. Na drie levels verschijnt een venster: 'Wil je sneller verder? Koop 500 juwelen.' Wat doet Milan?

A Hij koopt de juwelen. Het is maar een klein bedrag.

B Hij speelt gewoon verder, zonder te kopen.

C Hij vraagt zich af: hoe verdient deze game eigenlijk geld?

A. Milan is sneller verder. Na level 8 komt hetzelfde venster terug. En na level 12. Na een maand heeft hij meer uitgegeven dan een gewone game kost. 'Gratis' was het begin van een plan.
B. Het gaat trager, en er komt veel reclame tussen. Milan betaalt dus niet met geld, maar met zijn tijd en zijn aandacht. Ook daar verdient de maker aan.
C. Slim! Milan ontdekt reclame, juwelen en een battle pass. Hij beslist zelf wat hij ervoor overheeft. Kiko geeft hem een poofje: +100 XP.

Kies eerst. Draai dan je boekje om en lees wat er gebeurt.



Onthoud

'Gratis' bestaat bijna niet. Veel apps en games verdienen met reclame, met aankopen in het spel, of door bij te houden wat jij leuk vindt. Jouw **aandacht** is goud waard. In dossier 4 duikt het Pixelbureau daar dieper in.

LEVEL UP

Het detectivekompas

Kiko's geheime wapen. Vijf vragen die je bij alles kan stellen, van een meme tot het journaal.

1

Wie maakte dit?

Een persoon, een bedrijf, een krant? Kan ik dat ergens zien?

2

Waarom?

Wil de maker me iets laten weten, laten lachen, iets verkopen, me overtuigen?

3

Voor wie?

Voor kinderen, voor volwassenen, voor fans van iets?

4

Wat zie ik niet?

Wat liet de maker weg? Wie komt niet aan het woord?

5

Wat doet het met mij?

Word ik blij, bang, boos of hebberig? Dat is vaak precies de bedoeling.



24 uur speurwerk

SOLO-MISSIE

Doe wat Milan probeerde, maar dan omgekeerd: speur één dag naar alle media rond jou. Vul bij elk de maker en het doel in. Weet je de maker niet? Zet een vraagteken.

Wanneer?	Welk medium?	Wie maakte het?	Doel?

Discussie op de zolder

STELLINGEN

Kies bij elke stelling. Schrijf kort waarom. Er is niet altijd één juist antwoord.

Een game is ook een medium.

☐

eens

☐

twijfel

☐

oneens

Wat in een filmpje staat, is altijd echt gebeurd.

☐

eens

☐

twijfel

☐

oneens

Als iets gratis is, verdient niemand eraan.

☐

eens

☐

twijfel

☐

oneens

Kinderen kunnen ook media maken.

☐

eens

☐

twijfel

☐

oneens

Een meme is ook media.

☐

eens

☐

twijfel

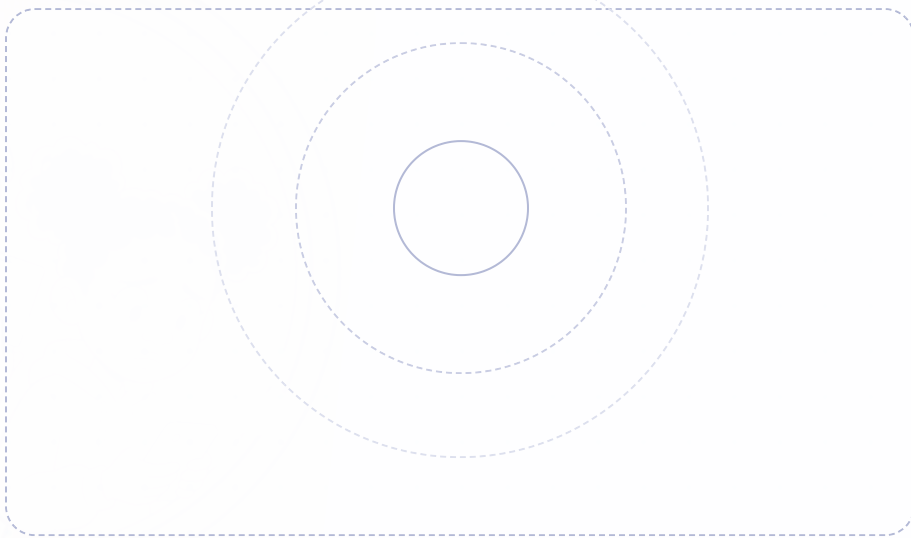
☐

oneens

Mijn mediacirkel

TEKENEN

Teken jezelf in het midden. Teken rondom de media die jij gebruikt: hoe meer je het gebruikt, hoe dichterbij jou. Zet een sterretje bij je favoriet.



EINDBAAS-VRAAG

Versla de eindbaas

Amir stuurt een meme in de groepschat: een kat met een zonnebril. Gebruik het detectiekompas. Wie is de maker? Wat is het doel? Wat zie je niet?

Einde dossier 1

Wie wint?

Om 16 uur geeft Milan zich over. 'Je had gelijk, Kiko. Ik heb vandaag minstens dertig media gezien. Zonder dat ik het wilde.'

Kiko houdt zijn zeldzame ruilkaart vast. 'Het gaat niet om zonder media leven. Het gaat om **slim kijken**.' Hij geeft Milan de kaart toch. 'Voor de moeite.'

Op dat moment trilt Lina's gsm. In de klasgroep staat een bericht in hoofdletters. 'Jongens,' zegt ze. 'Morgen is er geen school?'



▶ **Lees verder in dossier 2: Echt of nep?**

Zaak opgelost!

Wat neem ik mee?

- ✓ Media brengen een boodschap van een maker naar veel mensen.
- ✓ Ook je game, een meme en de groepschat zijn media.
- ✓ Achter elk medium zitten mensen met een doel: informeren, amuseren, verkopen, overtuigen, verbinden.
- ✓ Wat je ziet, is een stukje dat iemand gekozen heeft.
- ✓ Het detectivekompas: wie, waarom, voor wie, wat zie ik niet, wat doet het met mij?





Tip voor ouders en leerkrachten

Vraag naar de mediacirkel van uw kind, en teken uw eigen cirkel ernaast. Kinderen vinden het boeiend dat volwassenen ook keuzes maken. Oordeel niet over wat erin staat: het doel is bewust kijken, niet minder kijken. Probeer samen eens Milans weddenschap: hoe lang houdt u het vol?

Oplossingen en richtantwoorden. Koppelen: 1 informeren, 2 amuseren, 3 verkopen, 4 overtuigen, 5 verbinden. Andere keuzes zijn goed als het kind ze uitlegt (het kattenfilmpje kan ook reclame zijn). Stellingen: een game en een meme zijn media (eens); filmpjes zijn niet altijd echt (oneens); gratis betekent niet dat niemand verdient (oneens); kinderen kunnen media maken (eens). Eindbaas: de maker is meestal onbekend, het doel is amuseren (soms ook iets verkopen of een mening geven), je ziet niet wie hem maakte of aanpaste.

Nieuwe woorden in je dossier

medium, media

een manier om een boodschap naar veel mensen te brengen

doel

wat de maker wil: informeren, amuseren, verkopen, overtuigen, verbinden

redactie

de ploeg die bij een krant of nieuwssite alles nakijkt

maker

de persoon of ploeg die het mediabericht maakt

doelgroep

de mensen voor wie iets gemaakt is

meme

een grappig beeld of filmpje dat iedereen aanpast en doorstuurt

Wat wil ik onthouden?

Schrijf op wat je opviel, wat je verraste, of wat je thuis wil vertellen.

Handwriting practice lines consisting of 15 sets of three horizontal dashed lines for writing.

Verzin een nieuwe zaak

Bedenk een nieuw mediaraadsel voor het Pixelbureau. Iets wat jij of je vrienden echt meemaakten, of iets verzonnens. Vul de dossierkaart in en teken de belangrijkste scène.

Zaak

Waar

Verdachte

**Wat deed het
Pixelbureau?**

Large dashed box for drawing the scene.



Het Pixelbureau

Op de zolder boven de schoolbib lossen Lina, Milan, Noor, Amir en Kiko de neusbeer raadsels op over alles wat op een scherm, in een krant of in je oren komt. Tien dossiers voor het 5de en 6de leerjaar: lees ze in volgorde voor het hele verhaal, of kies het dossier dat je nu nodig hebt.

Alle dossiers

1 Wat is media?

2 Echt of nep?

3 Beelden liegen soms

4 Reclame & influencers

5 Mijn privacy

6 Wachtwoorden & veilig online

7 Mijn digitale voetafdruk

8 Respect online

9 Schermtijd & balans

10 Zelf media maken

Over dit boekje. Alle personen, berichten, apps, games en accounts in de dossiers zijn verzonnen. Er staan bewust geen echte merken of schermen in: wat je in een echte app ziet, wordt in woorden uitgelegd. Hulplijnen en websites zijn nagekeken in oktober 2026. Vrij te kopiëren voor gebruik in de klas.

Tekst en opmaak: Brecht Corbeel · schoolium.me